

**DESAIN LAYANAN HOTEL UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN
PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE
PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN QUALITY FUNCTION
DEPLOYMENT (QFD)*
(Studi Kasus Hotel Nugraha)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Melaksanakan Tugas Akhir
Pada Program Studi Teknik Industri**



Disusun Oleh :

Nama : Muhammad Andhika Pratama
No. Mahasiswa : 10522265

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2016

LEMBAR PENGAKUAN

Demi Allah, saya mengakui karya ini adalah hasil kerja dan karya cipta saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya. Jika kemudian hari ternyata terbukti pengakuan saya ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis dan hak intelektual maka saya bersedia ijazah yang telah saya terima untuk ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 24 Maret 2016



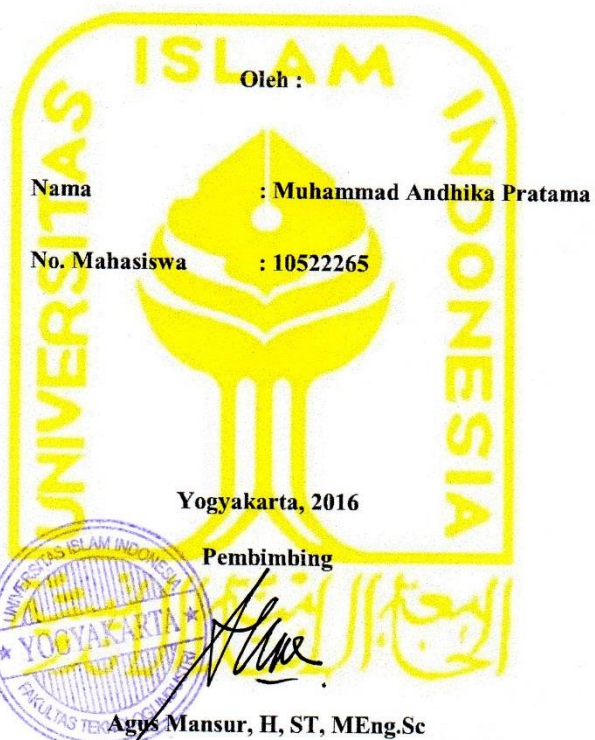
Muhammad Andhika Pratama

10522265

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING**TUGAS AKHIR**

**Desain Layanan Hotel Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menggunakan
Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Quality Function Deployment*
(QFD)**

(Studi Kasus Hotel Nugraha)



LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

**Desain Layanan Hotel Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menggunakan
Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Quality Function Deployment* (QFD)
(Studi Kasus Hotel Nugraha)**

TUGAS AKHIR

Oleh :

Nama : Muhammad Andhika Pratama

No. Mahasiswa : 10522265

Telah Dipertahankan Didepan Sidang Penguji
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Teknik Industri

Yogyakarta, 24 Maret 2016

Tim Penguji

Agus Mansur, H, ST, MEng.Sc

Ketua

Hartomo, Ir., M.Sc., Ph.D.

Penguji I

Harwati, ST., MT.

Penguji II

Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Indonesia



Yuli Agusti Rochman ST., M.Eng.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya tulis ku yang teramat sederhana

dan penuh kekurangan ini kepada :

Bapak, Mamah, dan Adik tersayang, dan segenap keluarga besar yang telah menjadi inspirasi dalam menapaki jejak hidup yang kadang teramat sulit dan penuh rintangan untuk mencari arti hidup sesungguhnya.

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾ فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾ وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ ﴿٨﴾

“Sungguh, bersama kesukaran pasti ada kemudahan. Karena itu bila selesai suatu tugas, mulailah tugas yang lain dengan sungguh – sungguh. Hanya kepada Tuhanmu hendaknya kau memohon dan berharap ”

(QS. Al Insyirah : 6 – 8)

... وخير للناس أنفعهم الناس

"Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain"

(HR. Thabrani dan Daruquthni)

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah Yang Maha Esa, karena atas berkah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang berjudul “**Desain Layanan Hotel Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Quality Function Deployment* (QFD) (Studi Kasus Hotel Nugraha)**” ini dengan baik .

Sholawat dan salam kita haturkan kepada junjungan nabi besar Muhammad SAW beserta para sahabat dan generasi penerus yang senantiasa mengikuti risalahnya sampai akhir zaman.

Karya tulis ini merupakan syarat yang harus ditempuh untuk menyelesaikan studi dan mendapatkan gelar sarjana strata satu (S1) pada jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.

Kelancaran dalam mempersiapkan dan menyelesaikan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Untuk itu dengan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis haturkan kepada :

1. Bapak Drs. Imam Djati Widodo, M.Eng.sc selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Yuli Agusti Rochman ST., M.Eng. selaku Ketua Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Agus Mansur, H, ST, MEng. SCselaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bantuan dan arahannya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
4. BapakImroni Salam dan MamahCatur Prasetyawati selaku kedua orangtuaku, adikku Nikmah Rizki Ramadhani terima kasih atas semua motivasi, kasih sayang yang tidak ada henti-hentinya. Doa dan restumu adalah yang terbaik bagiku.
5. Semua teman-teman Teknik Industri yang telah memberikan dukungan, semangat dan doa.
6. Semua pihak yang telah memberi semangat dan segala masukan yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas jasa-jasanya yang diberikan kepada penulis. Akhir kata semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi semua pembaca umumnya dan bagi penulis khususnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 24 Maret 2016

Penyusun

Muhammad Andhika Pratama

ABSTRAK

Berkembangnya pariwisata di Yogyakarta membuat para penyedia jasa hotel bersaing dalam memberikan layanan dan fasilitas demi menarik minat pengunjung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui performansi pihak hotel dalam memberikan layanan dan fasilitas pada pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Importance performance Analysis (IPA) untuk mengetahui atribut apa saja yang perlu diperbaiki, dan Quality Function Deployment (QFD) untuk mengetahui tindakan apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Dari hasil analisis IPA didapatkan atribut yang perlu dilakukan perbaikan, yaitu kelengkapan fasilitas kamar tidur, perlengkapan ibadah dalam kondisi layak digunakan, pihak hotel cepat tanggap dalam melayani permintaan pelanggan, karyawan hotel mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, dan karyawan hotel melakukan komunikasi yang baik dan efektif dengan pelanggan. Sedangkan pada hasil analisis QFD diketahui tindakan yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu Pelatihan langsung/Magang untuk calon karyawan hotel, Menyediakan daftar fasilitas kamar, Seminar interaktif, Perencanaan pengadaan peralatan ibadah, Menyediakan form saran perbaikan/pengadaan fasilitas kamar, dan Menyediakan lemari penyimpanan perlengkapan ibadah.

Keyword : *Importance Performance Analysis (IPA), Tingkat kepuasan, Quality Function Deployment (QFD).*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGAKUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	Error! Bookmark not defined. iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	4
1.6. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1. Konsep Jasa	7
2.2. Pengertian Pelanggan	8
2.3. Jenis Pelanggan	9
2.4. Kepuasan Pelanggan	9
2.5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	11
2.6. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan	13
A. Konsep Pengukuran Kepuasan	13
B. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	14
2.7. Alat dan Teknik Pengumpulan Data	15
A. Kuesioner (alat ukur).....	15
B. Sampling.....	16
C. Tingkat Pengujian Instrumen.....	17

2.8.	<i>Importance Performance Analisis (IPA)</i>	17
2.9.	<i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	21
BAB III METODE PENELITIAN		31
3.1.	Objek Penelitian	31
3.2.	Data yang Diperlukan.....	31
3.3.	Metode Pengumpulan Data	31
3.4.	Penentuan Jumlah Sampel.....	32
3.5.	Pengolahan Data.....	32
3.6.	Uji Validitas	32
3.7.	Uji Reliabilitas.....	33
3.8.	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	33
3.8.1.	Analisis Tingkat Kesesuaian.....	33
3.8.2.	Analisis Diagram Kartesius	34
3.9.	<i>Qualiti Function Deployment (QFD)</i>	36
3.10.	Analisis dan Pembahasan	36
3.11.	Flowchart Penelitian.....	37
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....		38
4.1.	Pengumpulan data	38
4.1.1.	Profil Hotel Nugraha.....	38
4.1.2.	Visi Hotel Nugraha	39
4.1.3.	Misi Hotel Nugraha.....	39
4.2.	Pengolahan Data.....	40
4.2.1.	Uji Kecukupan Data.....	40
4.2.2.	Kuesioner	41
4.2.3.	Uji Vaiditas Data.....	41
4.2.4.	Uji Reliabilitas Data.....	45
4.3.	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	46
4.3.1.	Menentukan Skor Kinerja, Tingkat Kepentingan, dan tingkat kesesuaian	46
4.3.2.	Menentukan Garis Perpotongan Kuadran	47
4.3.3.	Analisa Diagram <i>Cartesius</i> (IPA).....	48
4.4.	<i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	51
4.4.1.	Transformasi dan Target Kebutuhan Teknis.....	51
4.4.2.	Hubungan Keinginan Konsumen Dengan Kebutuhan Teknis	53
4.4.3.	Nilai Kepentingan Absolut dan Nilai Kepentingan Relatif	56

4.4.4.	Arah Pengembangan dan Korelasi Teknikal.....	57
4.4.5.	Pengukuran Kuantitatif Identifikasi Prioritas	60
4.4.6.	<i>House Of Quality</i> (HOQ)	62
4.4.7.	Matrik <i>Part Deployment</i>	63
BAB V PEMBAHASAN		66
5.1.	Analisis data kuisioner	66
5.2.	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	67
5.3.	<i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	71
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		78
Daftar Pustaka.....		80
Lampiran		82

Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Uji Validitas Indeks Kepentingan.....	42
Tabel 4. 2 Uji Validitas Indeks Kinerja	43
Tabel 4. 3 Cronbach's Alpha	45
Tabel 4. 4 Nilai Y_i dan X_i , dan Tingkat kesesuaian	46
Tabel 4. 5 Titik Koordinat Atribut Pertanyaan	48
Tabel 4. 6 Masukan Perbaikan.....	51
Tabel 4. 8 Kebutuhan Teknis dan Target Kebutuhan Teknis	52
Tabel 4. 9 Nilai Kepentingan Absolut, Kepentingan Relatif, dan Prioritas.....	57
Tabel 4. 10 Pengukuran Kuantitatif Identifikasi Prioritas	61
Tabel 5. 1 Atribut-atribut yang berada pada kuadran I.....	68
Tabel 5. 2 Atribut-atribut yang berada pada kuadran II.....	69
Tabel 5. 3 Atribut-atribut yang berada pada kuadran III	70
Tabel 5. 4 Atribut-atribut yang berada pada kuadran IV	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Konsep Kepuasan Pelanggan	10
Gambar 2. 2 Diagram Kartesius.....	18
Gambar 2. 3 <i>House of Quality</i> (HOQ)	23
Gambar 2. 4 Matrik <i>Part Deployment</i>	28
Gambar 2. 5 Matrik Perencanaan Proses (Process Planning)	28
Gambar 2. 6 Matrik Perencanaan Manufaktur/Produksi	29
Gambar 2. 7 Contoh diagram FTA	30
Gambar 3. 1 Diagram Kartesius.....	35
Gambar 3. 2 Flowchart Diagram	37
Gambar 4. 1 Gedung Utama Hotel Nugraha.....	39
Gambar 4. 2 Diagram kartesius	50
Gambar 4. 3 Hubungan Keinginan Konsumen Dengan Kebutuhan Teknis	54
Gambar 4. 4 Arah Pengembangan dan Kolerasi Teknikal.....	59
Gambar 4. 5 HOQ	62
Gambar 4. 6 Fault Tree Analyis.....	64
Gambar 4. 7 Matrik <i>part deployment</i>	65
Gambar 5. 1 Diagram Kartesius.....	67

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pelayanan jasa saat ini banyak dibutuhkan oleh masyarakat. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah perhotelan. Agar dapat menarik konsumen untuk menggunakan jasanya, pihak hotel akan menyediakan berbagai macam fasilitas dan memberikan pelayanan yang baik. Hal ini dilakukan untuk menciptakan kepuasan di benak konsumen, sehingga diharapkan nantinya konsumen akan menggunakan jasa hotel itu kembali.

Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut. Produk jasa berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian pada badan usaha tersebut. Demikian pula sebaliknya jika tanpa ada kepuasan, dapat mengakibatkan pelanggan pindah pada produk lain. (Musanto, 2004)

Perusahaan perhotelan berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas pelayanannya yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan dari konsumen itu sendiri, tentunya ini akan berdampak pada loyalitas konsumen dalam menggunakan jasa hotel tersebut. Demi menunjang kemudahan konsumen dalam melakukan pemilihan hotel, kini banyak perusahaan perhotelan yang membuat halaman web yang berisikan informasi seperti fasilitas, harga, dan lainnya. Hal ini tentunya bisa menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memilih hotel yang akan digunakan.

Yogyakarta merupakan salah satu tempat yang banyak dikunjungi wisatawan dalam negeri maupun luar negeri karena banyaknya objek wisata yang tersedia, hal ini menimbulkan banyaknya tempat-tempat penginapan dan hotel yang disediakan untuk tempat beristirahat para wisatawan tersebut. Banyaknya hotel-hotel yang terdapat di Yogyakarta mengakibatkan persaingan yang tinggi antar hotel tersebut. Banyak cara yang dilakukan hotel-hotel tersebut dalam menarik minat wisatawan, seperti memberikan fasilitas yang lengkap, suasana mewah, hingga memberikan harga yang murah.

Dari tahun ke tahun pertumbuhan hotel di Yogyakarta semakin meningkat, berdasarkan data dari Perhimpunan Hotel & Restoran Indonesia (PHRI) yang dikutip dari Tribun Jogja (2015) mengatakan bahwa dalam kurun waktu 2015-2016 akan ada 110 hotel yang akan dibangun di Yogyakarta. hal ini tentunya akan meningkatkan persaingan antar hotel untuk menarik minat para konsumen.

Hotel Nugraha adalah salah satu hotel di kota jogja yang cukup besar. Hotel yang mengambllil tema tradisional ini tentunya sudah memiliki banyak pelanggan, bahkan hotel ini menjadi langganan tetap untuk tempat menginap beberapa SMA/SMK yang sedang melakukan kegiatan *study tour* di Yogyakarta. Dengan harga yang cukup murah dan tempat yang besar, holet ini menjadi salah satu hotel pilihan bagi wisatawan. Akan tetapi harga murah tidaklah cukup untuk dapat memuaskan para pelanggan tanpa diimbangi dengan fasilitas yang baik dan lengkap, dan tidak kalah pentingnya pelayanannya pun haruslah baik dan ramah.

Mengetahui tingkat kepuasan dari pelanggan sangatlah penting bagi pihak hotel agar dapat menjaga rasa loyalitas pelanggan terhadap perusahaan, selain itu pihak hotel haruslah mengetahui atribut-atribut apa saja yang perlu ditingkatkan dan diinginkan oleh pelanggan. Oleh sebab itu penelitian ini dilakukan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan dan atribut-atribut apa saja yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu pada penelitian ini akan dibuat desain pelayanan yang bertujuan untuk mengetahui tindakan apa yang harus dilakukan saat mengetahui apa saja yang diinginkan atau dibutuhkan oleh pelanggan.

Sebagai langkah awal dari upaya mendefinisikan dan pemenuhan tuntutan konsumen, maka hal yang harus di perhatikan dan tersedia adalah informasi yang menyangkut persepsi dan harapan para konsumen terhadap fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan oleh pihak hotel. Oleh karena itu maka perlu dianalisis sejauh mana konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diterima. Dengan fasilitas yang memadai, dan pelayanan yang baik dari karyawan hotel

Nugraha, diharapkan dapat tercapai kualitas pelayanan yang tinggi dan meminimalkan resiko kerugian. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang tingkat kepuasan pelanggan Hotel Nugraha dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *Quality Function Deployment* (QFD)

John A. Martilla dan John C. James mengembangkan sebuah konsep *Importance Performance Analysis* yang sebenarnya berasal dari konsep *Satisfaction Quality*. Konsep ini berisi bagaimana menterjemahkan apa yang diinginkan oleh konsumen diukur dalam kaitannya dengan apa yang harus dilakukan oleh penyedia jasa agar menghasilkan produk yang berkualitas, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud. Bila pada konsep *Satisfaction Quality* hanya menganalisa tentang kesenjangan atau gap yang terjadi antara keinginan atau harapan konsumen dengan kinerja yang telah diberikan badan usaha. Pada *Importance Performance Analysis* kita menganalisa tentang tingkat kepentingan dari suatu variabel dimata konsumen dengan kinerja badan usaha tersebut. Dengan demikian badan usaha akan lebih terarah dalam melaksanakan strategi bisnisnya sesuai dengan prioritas kepentingan konsumen yang paling dominan. (Hutomo, 2012).

Quality Function Deployment (QFD) dapat digunakan dalam menyusun perbaikan pelayanan pelanggan hotel berdasarkan input yang didapat. Selain itu dengan menggunakan metode ini kita dapat merancang desain pelayanan seperti apa yang sebaiknya diterapkan pada hotel tersebut agar dapat memenuhi kepuasan dari pelanggan itu sendiri.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka dapat ditarik rumusan permasalahannya, yaitu:

- a. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap fasilitas dan pelayanan Hotel Nugraha?
- b. Atribut apa saja yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan kualitas pelayanannya oleh pihak Hotel Nugraha?
- c. Desain pelayanan seperti apa yang harus diterapkan oleh pihak hotel agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan menjadi lebih terfokus dan tidak meluas, maka dalam penelitian ini perlu adanya batasan-batasan. Batasan masalah dari penelitian yang dilakukan adalah:

- a. Penelitian dilakukan di Hotel Nugraha, Jl. Parangtritis, Km 1.
- b. Responden yang diteliti adalah konsumen yang menginap atau pernah menginap di Hotel Nugraha.
- c. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *Quality Function Deployment* (QFD).
- d. Penelitian menggunakan kuesioner dan hasilnya menunjukkan keinginan atau harapan dari konsumen.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen Hotel Nugraha terhadap fasilitas dan pelayanan yang diberikan.
- b. Mengetahui atribut apa saja yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan kualitas pelayanannya oleh pihak Hotel Nugraha.
- c. Mengetahui desain pelayanan seperti apa yang harus diterapkan pada hotel agar dapat memenuhi kepuasan konsumen?

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan penulis dari penelitian ini adalah:

- a. Hasil penelitian ini menjadi masukan bagi Hotel Nugraha untuk meningkatkan fasilitas dan kualitas pelayanannya sesuai harapan konsumen.
- b. Agar dapat menerapkan ilmu yang didapat di bangku perkuliahan ke kenyataan lapangan dan menambah pengetahuan penulis.
- c. Menjadi salah satu acuan referensi bagi peneliti-peneliti berikutnya terutama pada kasus peningkatan kualitas pelayanan.

1.6. Sistematika Penulisan

Tugas akhir terdiri atas enam bab dan disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai apa yang menjadi latar belakang dilakukannya penelitian serta permasalahan apa yang akan diteliti dan dibahas. Selain itu juga diuraikan tujuan penelitian dan manfaat yang akan diperoleh dari hasil penelitian serta batasan dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori yang diambil dari beberapa literature yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian. Teori-teori tersebut menjadi acuan atau pedoman dalam melakukan langkah-langkah penelitian agar benar-benar dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi rincian atau urutan langkah-langkah yang akan dilakukan untuk memecahkan permasalahan. Urutan langkah yang telah ditetapkan tersebut merupakan suatu kerangka yang dijadikan pedoman dalam pelaksanaan penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi kumpulan data-data yang diperoleh di lapangan agar dapat digunakan sebagai bahan analisis dan pengolahan data yang didapat dengan metode untuk memecahkan masalah.

BAB V PEMBAHASAN

Membahas hasil penelitian yang telah dilakukan untuk menghasilkan suatu kesimpulan dan rekomendasi atau saran yang harus diberikan untuk penelitian selanjutnya.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan yang dapat diambil dari pembahasan hasil analisa. Rekomendasi atau saran-saran yang perlu diberikan baik oleh peneliti sendiri maupun kepada peneliti lain yang dimungkinkan hasil tersebut dapat dilanjutkan, serta kepada institusi tempat dilakukannya penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Konsep Jasa

Menurut Kotler (1994) jasa adalah tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud (*Intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan terhadap sesuatu. Produk jasa mungkin atau mungkin tidak berkaitan dengan produk fisik.

Adapun karakteristik utamayang membedakan jasa dari barang (Tjiptono,1996) yaitu:

1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Konsep *intangible* pada jasa memiliki duapengertian yaitu : sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa dansesuatu yang tidak dapat dengan mudah didefinisikan, diformulasikan ataudipahami secara rohaniah.

2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Maksudnya disini jasa diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediaan jasa dan konsumen dan interaksi kedua pihak ini mempengaruhi hasil dari jasa tersebut.

3. *Variability* (bervariasi)

Jasa bersifat sangat variabel artinya variabel bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Ada tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa yaitu kerjasama atau partisipasi konsumen selama penyampaian jasa, moral atau motivasi karyawan dalam melayani konsumen dan beban kerja perusahaan. Dalam hal ini penyediaan jasa dapat melakukan tiga tahap dalam pengendalian kualitasnya, yaitu : melakukan investasi dalam seleksi dan personal dengan baik, melakukan standarisasi proses pelaksanaan jasa di seluruh bagian organisasi, serta melakukan pemantauan keputusan konsumen melalui sistem saran dan keluhan, *survey* konsumen dan *comparison shopping*.

4. *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Lebih jauh, pasar jasa berubah-ubah. Kombinasi dari sifat tidak tahan lama dan pemerintahan yang berubah-ubah menawarkan tantangan perencanaan produk, pemberian harga dan promosi bagi penyedia jasa.

Suatu jasa dianggap baik apabila kualitas pelayanan dari jasa yang diberikan dapat memenuhi keinginan dari konsumen, ada lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh industry jasa (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1998), yaitu :

1. Bukti Langsung (*Tangible*), Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan peralatan yang digunakan serta penampilan pegawainya dan sarana komunikasi.
2. Menjanjikan/Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopan-santunan, dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumennya terhadap perusahaan jasanya.
3. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
4. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan taat kepada konsumen dengan penyampaian informasi yang jelas.
5. Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

2.2. Pengertian Pelanggan

Pelanggan adalah konsumen atau pembeli yang melakukan pembelian suatu barang atau jasa secara berulang. Selain itu pelanggan dapat didefinisikan juga sebagai semua orang yang menuntut kepada suatu organisasi maupun perorangan untuk memenuhi standar kualitas tertentu. Oleh karena itu pelanggan tidak tergantung pada perusahaan, tetapi sebaliknya perusahaan lah yang harus mengikuti apa keinginan pelanggan. Menurut Ningrum (2008) ada beberapa definisi tentang pelanggan, yaitu :

1. Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung pada kita tetapi kita yang bergantung padanya.
2. Pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada keinginannya.
3. Tidak ada seorangpun yang menang beradu argumentasi dengan pelanggan.

4. Pelanggan adalah orang yang teramat penting yang harus dipuaskan.

2.3. Jenis Pelanggan

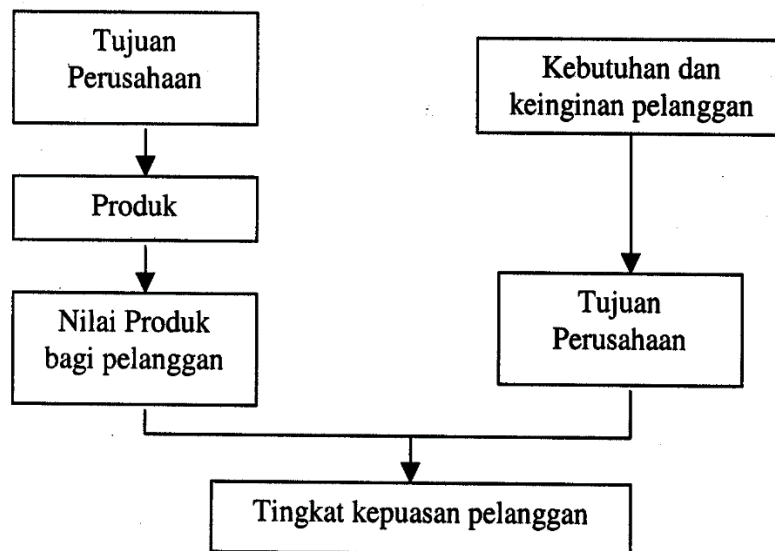
Menurut Gaspersz (1997) pelanggan terdiri dari tiga jenis yaitu :

1. Pelanggan Internal (*Internal Customer*)
Adalah orang yang berada dalam perusahaan dan memiliki pengaruh pada performansi perusahaan. Bagian-bagian pembelian, produksi, pemasaran, pembayaran gaji, rekrutmen, dan karyawan merupakan contoh dari pelanggan internal.
2. Pelanggan Antara (*Intermediate Customer*)
Adalah mereka yang bertindak sebagai perantara bukan sebagai pemakai akhir produk itu. Distributor adalah mendistribusikan produk-produk, agen-agen yang memesan kamar hotel untuk pemakai, merupakan contoh dari pelanggan antara.
3. Pelanggan Eksternal (*Eksternal Customer*)
Adalah pembeli atau pemakai akhir produk itu, yang sering disebut sebagai pelanggan nyata (*Real Customer*). Pelanggan eksternal adalah orang yang membayar untuk menggunakan produk yang dihasilkan tersebut.

2.4. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin yaitu “*satis*” yang memiliki arti cukup baik atau memadai dan “*facio*” yang berarti melakukan atau membuat, sehingga dapat diartikan secara sederhana sebagai ‘upaya pemenuhan sesuatu’. Kepuasan pelanggan memiliki pengertian yang luas sehingga menyebabkan para ahli memiliki pendapat yang berbeda tentang kepuasan tergantung dari perspektif yang mereka gunakan dalam mengartikan kepuasan.

Secara umum kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai tingkatan dimana keinginan, harapan, dan kebutuhan dari pelanggan dapat terpenuhi yang nantinya akan berdampak pada pembelian jasa secara terus menerus atau tidak oleh pelanggan tersebut. Kepuasan pelanggan bergantung kepada kualitas produk atau layanan dan bagaimana produk atau layanan tersebut dapat memenuhi atau sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Konsep kepuasan pelanggan dapat dilihat pada Gambar 2.1 sebagai berikut.



Gambar 2. 1 Konsep Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan telah menjadi aspek penting pemasaran, serta menjadi salah satu tujuan dalam aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan berdampak pada sejumlah aspek yang penting bagi bisnis, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan.

Untuk menciptakan kepuasan dari pelanggan maka suatu perusahaan harus memenuhi kebutuhan-kebutuhan pelanggan yang dianggap penting, meskipun tidak semua keinginan pelanggan dapat kita penuhi. Menurut Atina (2010) untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menentukan segmen pasar dimana produk akan diarahkan.
Hal ini sangat berguna untuk melihat struktur pasar. Pasar dapat disegmentasikan berdasarkan segmentasi geografik, segmentasi demografik, segmentasi psikografik, dan segmentasi perilaku.
2. Mendefinisikan faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan.
 - a. Melakukan riset untuk mengidentifikasi faktor utama yang paling penting bagi pasar sasaran.
 - b. Memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan faktor-faktor utama tersebut.

3. Mengelola harapan konsumen

Disini perusahaan dapat mengelola janji-janji yang diberikan kepada konsumen sehingga tidak menimbulkan harapan konsumen yang secara realitas tidak dapat untuk dilaksanakan.

4. Mengelola bukti (*vidence*) kualitas pelayanan.

Jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sehingga konsumen akan cenderung memperhatikan fakta yang berkaitan dengan jasa sebagai kualitas, misalnya sarana gedung dan penampilan pihak pelaksana.

5. Mendidik konsumen tentang jasa.

Dilakukan untuk meningkatkan pemahaman konsumen mengenai suatu jasa sehingga dapat memahami kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

6. Mengembangkan sistem informasi kualitas pelayanan.

Sistem informasi kualitas pelayanan merupakan suatu sistem yang menggunakan berbagai macam pendekatan riset sebagai sistematis untuk mengumpulkan dan menyebarkan informasi kualitas jasa untuk mendukung pengambilan keputusan.

2.5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Pelanggan dalam memilih suatu pelayanan jasa akan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Berikut ini adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (1996) ada lima aspek yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

- a. Sistem pengiriman barang atau jasa.
- b. Tampilan dari barang atau jasa.
- c. Citra terhadap perusahaan, barang, jasa, dan merk.
- d. Hubungan antara harga dan nilai dari sudut pandang pelanggan.
- e. Tingkat kinerja karyawan perusahaan.

Sedangkan menurut Irawan (2002) lima faktor yang mendorong kepuasan pelanggan antara lain :

a. Kualitas produk

Pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Kualitas produk ini adalah dimensi yang global dan paling

tidak ada 6 elemen dari kualitas produk, yaitu: *performance*, *durability*, *feature*, *consistency*, dan *design*

b. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka mendapat *value of money* yang tinggi. Komponen harga ini relative tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga. Untuk industri ritel, komponen harga ini sungguh sangat penting dan kontribusinya terhadap kepuasan relative besar.

c. *Service Quality*

Service quality sangat bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Pembentukan sikap dan perilaku yang seiring dengan keinginan perusahaan menciptakan, bukanlah pekerjaan mudah. Sama seperti kualitas produk, maka kualitas pelayanan juga merupakan *driver* yang mempunyai banyak dimensi. Salah satu konsep *service quality* yang populer adalah *ServQual*. Berdasarkan konsep ini, *service quality* diyakini mempunyai lima dimensi yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible*.

d. *Emotional Factor*

Rasa bangga, rasa percaya diri, symbol sukses, bagian dari kelompok orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh *emotional value* yang mendasari kepuasan pelanggan.

e. Kemudahan

Kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut. Pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Harapan konsumen harus menjadi acuan bagi penyedia jasa untuk mendesain, menghasilkan, dan menyampaikan layanan bagi konsumen. Menurut Widiyanto (2012) harapan konsumen pada dasarnya dipengaruhi oleh faktor berikut ini :

- a. Komunikasi antara mulut ke mulut. (Word of Mouth).
- b. Kebutuha individu konsumen. (Personal Needs).
- c. Pengalaman yang dirasakan konsumen pada masa lalu. (Past Experience)

2.6. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

A. Konsep Pengukuran Kepuasan

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan publik. Menurut Tjiptono (2000) terdapat enam konsep inti yang penting dalam mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall Customer Satisfaction*)

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama, mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan jasa perusahaan bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk atau jasa.

2. Dimensi kepuasan pelanggan

Berbagai penelitian memilah kepuasan pelanggan ke dalam komponen-komponennya. Umumnya, proses semacam ini terdiri atas empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk dan atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan, atau keramahan staf layanan pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk dan atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Dan keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

3. Konfirmasi harapan (*Confirmation of Expectations*)

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja actual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

4. Minat pembelian ulang (*Repurchase Intent*)

Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

5. Kesiediaan untuk merekomendasikan (*Willingness to Recommend*)

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relative lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian, kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada

teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

6. Ketidakpuasan pelanggan (*Customer Dissatification*)

Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi (a) komplain ; (b) pengembalian prosuk ; (c) biaya garansi ; (d) *product recall* (penarikan kembali produk dari pasar) ; (e) getok tular negatif ; dan (f) *defections* (konsumen yang beralih ke pesaing).

B. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler & Armstrong (1996) terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran, artinya setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bias digunakan meliputi kotak saran yang terletak di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar , menyediakan saluran telepon.
2. Survey kepuasan pelanggan, artinya kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survey, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Dengan melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya sebagai berikut.
 - a. *Directly reported satisfaction*, yaitu pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan, seperti sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, dan sangat puas.
 - b. *Derived dissatisfaction*, yaitu pertanyaan yang menyangkut besarnya harapan pelanggan terhadap atribut.
 - c. *Problem analysis*, artinya pelanggan yang dijadikan responden untuk mengungkapkan dua hal pokok, yaitu masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.

- d. *Importance performance analysis*, artinya dalam teknik ini responden dimintai untuk merenking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan pentingnya elemen.
3. *Ghost shopping*, artinya metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*Ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian *Ghost shopper* menyampaikan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan atau pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.
4. *Lost customer analysis*, artinya perusahaan menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau telah beralih pemasok dan diharapkan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

2.7. Alat dan Teknik Pengumpulan Data

A. Kuesioner (alat ukur)

Kuesioner (*questionnaires*) merupakan salah satu cara pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variable penelitian. Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan diberikan kepada responden. Kuesioner dapat diberikan secara pribadi, diberikan melalui surat kepada responden atau disebarkan secara elektronik.

Berdasarkan jenis pertanyaannya, kuesioner dibedakan menjadi empat macam (Cooper, 2006) yaitu:

1. Pertanyaan tertutup

Pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang telah disertai pilihan jawabannya. Responden tinggal memilih salah satu jawaban yang tersedia, dan tidak diberi kesempatan memberikan jawaban lain. Pertanyaan tertutup dapat berupa pertanyaan berganda atau berupa skala.

2. Pertanyaan terbuka

Pertanyaan terbuka adalah pertanyaan yang membutuhkan jawaban bebas dari responden. Responden tidak diberikan jawaban, tetapi responden menjawab pertanyaan sesuai dengan pendapatnya.

3. Pertanyaan kombinasi tertutup dan terbuka

Pertanyaan kombinasi tertutup dan terbuka adalah pertanyaan yang telah disediakan jawabannya tetapi kemudian diberi pertanyaan terbuka, dimana pada pertanyaan tersebut responden bebas memberikan jawaban.

4. Pertanyaan semi terbuka

Pertanyaan semi terbuka adalah pertanyaan yang disediakan pilihan jawabannya tetapi kemudian masih ada kemungkinan bagi responden untuk memberikan tambahan jawaban.

Keuntungan dalam menggunakan kuesioner antara lain :

1. Tidak memerlukan hadirnya peneliti.
2. Dapat dibagikan secara serentak kepada banyak responden.
3. Dapat dijawab oleh responden menurut kecepatannya masing-masing dan menurut waktu luang responden.
4. Dapat dibuat anonym sehingga responden bebas, jujur, dan tidak malu dalam menjawab.
5. Dapat dibuat terstandar sehingga bagi semua responden dapat diberi pertanyaan yang sama.

B. Sampling

Sampel adalah bagian dari suatu populasi yang dapat mewakili banyaknya karakteristik dari populasi tersebut. Pemilihan sampel dimaksudkan untuk mendapatkan data yang diperlukan sehubungan dengan penelitian yang dilakukan. Alasan digunakannya sampel yaitu agar biaya yang dikeluarkan menjadi sedikit daripada melakukan penelitian terhadap populasi, mempercepat pengumpulan data agar menghemat waktu, meningkatkan keefektifan karena memperkecil eror.

Ada dua metode pengambilan sampel, yaitu pengambilan sampel secara acak dan pengambilan sampel secara tidak acak. Pengambilan sampel secara acak adalah metode sampling yang setiap anggotanya memiliki kemungkinan yang sama untuk menjadi sampel, sedangkan metode sampel secara tidak acak adalah metode pengambilan sampel yang pada setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel dan bahkan probabilitas anggota populasi untuk terpilih menjadi sampel tidak diketahui. Dalam

pemilihan sampling secara tidak acak , pemilihan sampel didasarkan pertimbangan atau penilaian subjektif dan tidak pada penggunaan teori probabilitas.

C. Tingkat Pengujian Instrumen

Ada dua syarat penting yang berlaku pada sebuah kuesioner, yaitu keharusan sebuah kuesioner untuk *valid* dan *reliable*.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrument (kuesioner) yang digunakan dalam pengumpulan data yang diperoleh. Suatu instrument (kuesioner) dikatakan valid (sah) jika pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang nantinya akan diukur oleh kuesioner tersebut. Analisis kevalidan atribut bertujuan untuk menguji apakah setiap atribut pertanyaan telah dapat mengungkap faktor yang ingin diselidiki sesuai dengan kondisi yang ada.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menetapkan apakah instrument (kuesioner) dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten, berapa kali pun atribut-atribut kuesioner ditanyakan kepada responden yang berlainan, hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden untuk atribut tersebut.

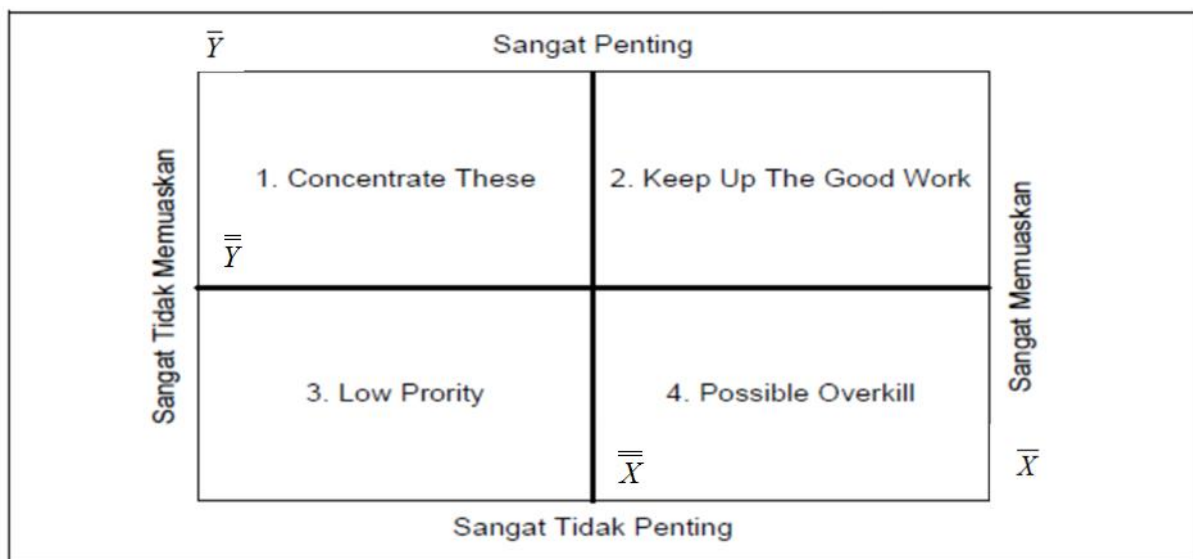
2.8. Importance Performance Analysis (IPA)

Konsep *Importance Performance Analysis* ini sebenarnya berasal dari konsep *Service Quality* (SERVQUAL), Konsep ini berisi bagaimana menerjemahkan apa yang diinginkan oleh konsumen diukur dalam kaitannya dengan apa yang harus dilakukan oleh perusahaan agar menghasilkan produk berkualitas, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud (Supranto, 2001).

Pada awalnya konsep *Service Quality* (SERVQUAL) hanya menganalisis tentang kesenjangan atau gap yang ada antara keinginan atau harapan dari konsumen dengan kinerja yang telah diberikan oleh produsen, oleh karena itu pada konsep *importance performance analysis* ini dapat mengatasi tentang tingkat kepentingan dari suatu variabel dimana konsumen dengan kinerja dari perusahaan tersebut. Maka perusahaan akan lebih terarah dalam

melaksanakan strategi bisnisnya sesuai dengan prioritas kepentingan konsumen yang paling dominan.

Langkah awal dalam analisis adalah dengan menyebar kuesioner kepada pelanggan. Dalam kuesioner, setiap item pertanyaan memiliki dua jenis pertanyaan dalam skala Likert yaitu apakah menurut anda/pelanggan hal tersebut penting dilakukan atau dilaksanakan dan bagaimana kinerjanya, baik/puas atau tidak baik/tidak puas. Setelah itu tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dalam diagram kartesius *importance performance analysis*.



Gambar 2. 2 Diagram Kartesius

Pada analisis *importance performance analysis* dilakukan pemetaan menjadi empat kuadran untuk seluruh variable yang mempengaruhi kualitas pelayanan seperti yang diperlihatkan oleh Gambar 2.2 diatas. Menurut Nugraha, Adianto,& Harsono (2014) strategi yang dapat dilakukan berkenaan dengan posisi masing-masing variabel pada keempat kuadran tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran 1 (Concentrate These)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai dengan harapan pelanggan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan.

2. Kuadran 2 (Keep Up The Good Work)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, dan faktor-faktor yang dianggap pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel-variabel

yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk atau jasa unggul di mata pelanggan.

3. Kuadran 3 (Low Priority)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan pada kenyatannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.

4. Kuadran 4 (Possible Overkill)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

Untuk mengetahui sampai sejauh mana tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan, maka jasa dapat menjadi sesuatu yang bermanfaat apabila didasarkan pada kepentingan pelanggan dan kinerjanya bagi perusahaan. Artinya, perusahaan seharusnya mencurahkan perhatiannya pada hal-hal yang memang dianggap penting oleh para pelanggan.

Dalam hal ini digunakan 5 tingkat skala (*Linkert*) untuk melakukan penilaian tingkat kepentingan pelanggan, yaitu :

1. Sangat penting, diberi bobot 5
2. Penting, diberi bobot 4
3. Cukup penting, diberi bobot 3
4. Kurang penting, diberi bobot 2
5. Tidak penting, diberi bobot 1

Untuk kinerja atau penampilan diberikan lima penilaian sebagai bobot sebagai berikut :

1. Sangat penting, diberi bobot 5, yang berarti konsumen sangat puas.
2. Penting, diberi bobot 4, yang berarti konsumen puas.
3. Cukup penting, diberi bobot 3, yang berarti konsumen cukup puas.
4. Kurang penting, diberi bobot 2, yang berarti konsumen kurang puas.
5. Tidak penting, diberi bobot 1, yang berarti konsumen tidak puas.

Pada penelitian ini terdiri dari dua buah variabel yang mewakili X dan Y, dimana X adalah tingkat kinerja atau realita perusahaan yang memberikan kepuasan pada pelanggan, dan Y

adalah tingkat kepentingan atau ekspektasi pelanggan. Rumus yang digunakan dapat dilihat pada Persamaan (2.1), yaitu :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \quad (2.1)$$

Dimana :
 Tki = Tingkat kesesuaian responden
 Xi = Skor penilaian kinerja hotel
 Yi = Skor kepentingan pelanggan

Pada variabel (X) akan diisi dengan skor tingkat kinerja/realita, sedangkan variabel (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan/ekspektasi. Untuk mengetahui skor dari tingkat kinerja/realita dan skor tingkat kepentingan/ekspektasi menggunakan Persamaan (2.2) dan Persamaan (2.3) sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad (2.2)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n} \quad (2.3)$$

Dimana :
 $\bar{X}$ = Skor rata-rata tingkat kinerja hotel
 $\bar{Y}$ = skor rata-rata tingkat kepentingan pelanggan
 n = jumlah responden

Diagram kartesius merupakan bangunan yang terdiri dari empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik ($\bar{\bar{X}}, \bar{\bar{Y}}$). Dimana $\bar{\bar{X}}$ merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan konsumen dari sebuah faktor atribut dan $\bar{\bar{Y}}$ adalah rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Seluruhnya ada K faktor. Rumus berikutnya yang digunakan ditunjukkan oleh Persamaan (2.4) dan Persamaan (2.5), yaitu :

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}_i}{n} \quad (2.4)$$

$$\bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}_i}{n} \quad (2.5)$$

Dimana : $\bar{X}$ = nilai rata-rata dari rata-rata skor kinerja hotel

$\bar{Y}$ = nilai rata-rata dari rata-rata skor kepentingan konsumen

K = banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

2.9. *Quality Function Deployment (QFD)*

Pada awalnya *Quality Function Deployment (QFD)* pertama kali diperkenalkan oleh Dr. Yoji Akao di negara Jepang pada tahun 1996. QFD dimulai pada tahun 1972 di lokasi anjungan kapal Mitsubishi di Kobe. Toyota kemudian mulai membangun konsep ini tidak lama setelahnya dan telah menggunakannya sejak 1977 dengan hasil yang amat mengagumkan. *Quality Function Deployment (QFD)* merupakan suatu metode perancangan dan pengembangan produk terstruktur, yang memungkinkan tim pengembangan produk untuk menentukan secara jelas keinginan dan kebutuhan konsumen yang kemudian melakukan evaluasi secara sistematis tentang kemampuannya dalam menghasilkan produk untuk memuaskan konsumen (Purnomo, 2004). Tujuan dikembangkannya konsep QFD adalah untuk menjamin bahwa produk yang telah dihasilkan perusahaan memberikan kepuasan bagi pelanggan, dengan jalan memperbaiki tingkat kualitas dan kesesuaian maksimal pada setiap tahap pengembangan produk. Karena pada dasarnya suatu produk yang telah dihasilkan dengan sempurna bukan berarti telah memberikan kepuasan bagi pelanggan. Hal terpenting adalah apakah pelanggan tersebut membutuhkan produk sesuai dengan keinginannya.

Menurut Purnomo (2004) manfaat dari *Quality Function Deployment* antara lain sebagai berikut:

1. Fokus pada pelanggan

QFD memerlukan masukan dan umpan balik dari pelanggan. Informasi berupa masukan dan umpan balik tersebut merupakan persyaratan pelanggan yang spesifik. Dari informasi ini dapat diketahui seberapa jauh perusahaan telah memenuhi kebutuhan pesaingnya, begitu pula informasi mengenai perusahaan pesaingnya.

2. Efisiensi Waktu

Dengan telah teridentifikasi persyaratan pelanggan QFD dapat mengurangi waktu dalam pengembangan produk.

3. Berorientasi Teamwork

Karena keputusan dalam proses berdasarkan konsensus dan melalui diskusi, maka setiap individu memahami posisinya di dalam tim. Hal ini dapat memperkuat kerja sama tim.

4. Berorientasi pada dokumentasi

Dokumen mengenai semua data yang berhubungan dengan segala proses dan perbandingan persyaratan pelanggan merupakan hasil dari proses QFD. Dokumen dapat berubah setiap ada informasi baru.

Informasi dari pelanggan merupakan unsur paling penting dalam *Quality Function Deployment* dan dikelompokkan menjadi 2 kategori yaitu Masukan dan umpan balik (Purnomo, 2004).

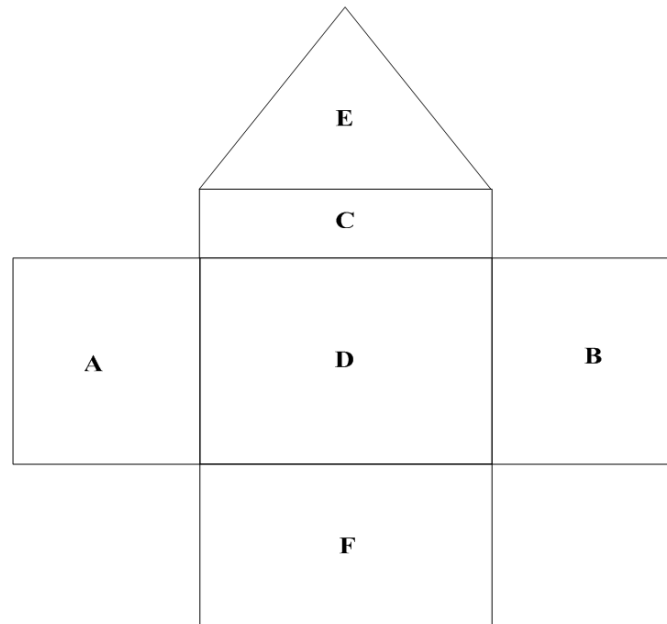
1. Masukan

Pengumpulan masukan dari pelanggan diperoleh sebelum produk akhir disebarluaskan. Masukan yang diterima selama pengembangan produk memberikan kemungkinan perusahaan membuat perubahan sebelum memproduksi, memasarkan, dan mendistribusikan dalam jumlah besar.

2. Umpan balik

Umpan balik diperoleh setelah suatu produk dikembangkan, diproduksi dan ditentukan harganya, berguna untuk memperbaiki produk bila akan diproduksi lagi.

Dalam proses QFD digunakan suatu matriks yang berbentuk rumah dan dinamakan rumah kualitas atau *House of Quality* (HOQ) dan dapat dilihat pada Gambar 2.3 dibawah ini :



Gambar 2. 3 *House of Quality* (HOQ)

Pada Gambar 2.3 diatas menunjukkan bentuk umum dari *House of Quality*. Pada gambar terdapat huruf A hingga F yang menunjukkan urutan pengisian bagian-bagian dari matriks perencanaan tersebut.

Pada bangun A atau disebut juga suara konsumen (*Customer Needs and Benefits*) berisikan mengenai kebutuhan atau keinginan konsumen. Cara yang sering digunakan untuk mendapatkan suara konsumen yaitu dengan cara wawancara, kemudia diurutkan dari kebutuhan yang paling tinggi sampai yang paling rendah. Beberapa tahap yang biasanya dilakukan dalam mengumpulkan suara konsumen, (Pratama , 2015) yaitu:

1. Mendengarkan langsung dari konsumen melalui wawancara, atau melalui penyebaran kuesioner, mengenai apa yang dibutuhkan oleh mereka. Selain itu, suara konsumen dapat diidentifikasi dengan mengenali keluhan-keluhan yang disampaikan konsumen.
2. Membagi-bagi suara konsumen yang telah didapatkan kedalam beberapa kelompok.
3. Menstrukturkan kebutuhan dan keinginan tersebut ke dalam bentuk diagram pohon.
4. Memasukan data yang telah terstruktur tersebut kedalam matrik HOQ.

Pada bangun B atau disebut juga *Planning Matrix* berisikan tempat penentuan saran atau tujuan dari produk, didasarkan pada hasil interpretasi tim terhadap data riset pemasaran. Penetapan sasaran merupakan gabungan antara prioritas-prioritas kebutuhan konsumen. Hal

ini merupakan tahapan penting dalam perencanaan produk. Terdapat tiga informasi penting dalam bagian ini, (Pratama , 2015) yaitu :

1. Data kuantitatif pasar, yang menunjukkan hubungan antara tingkat kepentingan dan kebutuhan konsumen dan tingkat kepuasan konsumen terhadap kebutuhan tersebut dengan membandingkan antara perusahaan pengguna QFD dengan kompetitornya.
2. Penetapan tujuan/sasaran untuk jenis produk atau jasa baru yang akan dibuat.
3. Perhitungan bobot untuk setiap kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pada bagian C atau disebut juga *technical response* berisi proses penerjemahan dari kebutuhan konsumen (*voice of customer*) ke dalam Bahasa pengembangan (*voice of developer*). Proses ini akan mencari jawaban dari pertanyaan *how* (bagaimana) kebutuhan konsumen dapat dipenuhi. Penerjemahan dilakukan melalui proses *brainstorming*, yaitu dengan mencari cara-cara yang perlu dilakukan oleh pihak perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Alat yang biasa digunakan dalam proses ini diantaranya adalah *afinity diagram*, *fish bone diagram*, dan *tree diagram*. Proses translasi pertama kali dilakukan terhadap keinginan konsumen yang memiliki nilai bobot baris paling tinggi. Melalui proses *brainstorming* dipertimbangkan dan dibahas untuk selanjutnya dicatat semua hal yang mungkin dilaksanakan. Setelah selesai, fokus perhatian beralih pada kebutuhan konsumen berikutnya. Hal ini dilakukan berulang-ulang sampai akhirnya seluruh keinginan konsumen selesai di bahas. Setelah selesai, hasil ini kemudian dimasukkan ke dalam matrik HOQ

Pada bagian D atau disebut juga *Relationship Matrix* berisi pengisian bagian matrik hubungan (*relationships matrix*). Dengan menempatkan keinginan konsumen pada badan kiri dan karakteristik teknis pada bagian atas dari *House of Quality*, maka dapat dievaluasi hubungan keduanya secara sistematis. Langkah pertamanya adalah mencari hubungan sebab akibat (*impact*) yang ditimbulkan oleh masing-masing karakteristik teknis terhadap kebutuhan konsumen. Secara umum, terdapat empat kemungkinan hubungan yang terjadi antara keinginan konsumen dengan karakteristik teknisnya. Keempat hubungan tersebut Tidak ada hubungan, artinya perubahan yang dilakukan terhadap karakteristik teknis baik besar ataupun kecil tidak ada pengaruhnya terhadap performansi kepuasan konsumen. Berikut adalah keempat hubungan pada *Relationship Matrix* (Pratama , 2015), yaitu:

1. Hubungan lemah, artinya perubahan yang besar yang dilakukan terhadap karakteristik teknis menimbulkan sedikit pengaruh terhadap performansi kepuasan konsumen.

2. Hubungan sedang, artinya perubahan yang relatif besar yang dilakukan terhadap karakteristik teknis akan memberikan pengaruh yang cukup berarti terhadap performansi kepuasan konsumen.
3. Hubungan kuat, artinya perubahan yang dilakukan terhadap karakteristik teknis sekecil apapun akan memberikan pengaruh yang sangat berarti terhadap performansi kepuasan konsumen.

Pada bidang E atau disebut juga *Technical* digunakan untuk membantu tim dalam menentukan desain yang mengalami *bottleneck*, dan menentukan kunci komunikasi diantara para desainer. Selain itu, matriks ini juga menggambarkan hubungan dan ketergantungan antar karakteristik teknik yang satu dengan karakteristik teknik yang lainnya. Antar elemen karakteristik teknik tersebut, mungkin saling mempengaruhi, baik positif (saling mendukung) ataupun negatif (saling bertentangan). Dengan melihat *direction of improvement* dan tiap karakteristik teknis, kemudian didiskusikan dan ditetapkan bersama tim pengembang tingkat hubungan dari setiap karakteristik teknis. Pada sel yang menghubungkan kedua karakteristik teknis tersebut diberi simbol tingkat hubungannya.

Pada bidang F atau disebut juga *Technical Matrix* berisi tiga jenis data, (Pratama , 2015) yaitu :

1. *Technical Response Priorities.*

Bagian ini berisi nilai *absolute importance* yang diperoleh dari hasil kali antara nilai tingkat kepentingan (*importance to customer*.) dengan nilai *relationships* yang kemudian di jumlahkan untuk setiap kolom karakteristik teknisnya. Nilai inilah yang terbesar akan dipilih untuk dijadikan dasar prioritas dalam proses perbaikan karakteristik teknis.

2. *Competitive Technical Benchmarks.*

Bagian ini berisi mengenai informasi hasil perbandingan kinerja persyaratan teknis produk yang dihasilkan oleh perusahaan terhadap kinerja produk pesaing. Kata *benchmarking* dapat dipadankan dengan kata patok duga, maksudnya adalah sebuah perusahaan akan mematok perusahaan lain yang mereka anggap sebagai pesaing terberat untuk dibandingkan dengan perusahaannya yang diungkapkan pada tingkatan nilai-nilai tertentu. Tujuan utama *benchmarking* adalah untuk melihat proses yang digunakan oleh perusahaan lain yang dianggap pesaing utama, untuk kemudian mempelajari dan mengadaptasinya dalam upaya memperbaiki proses.

Kegiatan ini penting untuk mencegah kepuasan terhadap diri sendiri dan dalam upaya menuju kearah pandangan daya saing dan mutu yang lebih baik.

3. *Target Technical.*

Bagian ini berisi mengenai target kinerja persyaratan teknis untuk produk/jasa baru yang akan dikembangkan. Dalam menentukan nilai target setiap karakteristik teknis, dipertimbangkan berdasarkan informasi yang terdapat pada bagian prioritas dan hasil dari proses *benchmarking*. Nilai target yang dituangkan dalam bentuk spesifikasi tertentu ini, ditetapkan secara bersama-sama dengan tim pengembang dengan mempertimbangkan juga kondisi teknologi/ metode yang dimiliki saat ini.

Terdapat 4 fase dalam proses pengembangan *Qualiti Function Deployment* (QFD) (Cohen, 1995), yaitu :

1. Matrik perencanaan produk (*House of Quality*)
2. Matrik perencanaan part (*Part Deployment*)
3. Matrik perencanaan proses (*Process Planning*)
4. Matrik perencanaan Manufaktur/Produksi (*Manufacturing/Production Planning*)

2.10.1. Matriks perencanaan Produk (*House Of Quality*)

Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa *House Of Quality* adalah suatu matriks yang berbentuk rumah. Dalam pembuatan QFD terdapat langkah-langkah yang harus dilakukan, yaitu :

1. Mengidentifikasi pelanggan
Perusahaan diharuskan dapan mengidentifikasi atau menggali pelanggannya, karena pelanggan adalah bagian yang penting dari proses pengembangan suatu produk perusahaan tersebut.
2. Menentukan keinginan/kebutuhan pelanggan
Langkah ini sering disebut juga *Voice Of Customer*, dari keinginan/kebutuhan inilah perusahaan dapat mengembangkan produknya sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
3. Menentukan mutu yang diinginkan
Pada langkah ini peruhanaan akan mengembangkan produk atau jasanya dengan mutu yang diinginkan oleh pelanggan.
4. Menentukan kepentingan relative

Perusahaan akan menentukan atribut yang lebih penting dan mana yang kurang penting dari persoalan mutu yang diinginkan. Penentuan ini dapat dilakukan dengan cara wawancara atau kuesioner.

5. Menentukan ciri khas mutu atau atribut produk/jasa
Menentukan apa yang produk/jasa tersebut punya sehingga menjadikan suatu ciri khas dari produk/jasa itu sendiri.
6. Membuat matriks *Quality Function Deployment* (QFD)
Pada matriks *Quality Function Deployment* (QFD), mutu yang dikehendaki digambarkan secara vertical disebelah kiri matriks dan atribut produk/jasa digambarkan horizontal dibagian atas matriks.
7. Menentukan kepentingan teknis
Langkah ini akan menentukan atribut mana yang paling penting dan atribut yang kurang penting dengan pemberian ranking berdasarkan jumlah jumlah yang diperoleh pada masing-masing produk/jasa.
8. Evaluasi pembandingan
Melakukan evaluasi dengan membandingkan produk/jasa yang kita punya dengan produk/jasa lain.

2.10.2. Matriks Perencanaan Part (*Part Deployment*)

Pada matriks perencanaan part (*Part Deployment*) kebutuhan teknis yang terpilih akan dikembangkan pada rancangan yang lebih teknis yang disebut *part* kritis. Dalam menentukan *part* kritis perlu dibuat analisis konsep tersebut dahulu (Djati, 2003). Terdapat kriteria-kriteria yang merupakan rincian kebutuhan pelanggan, yaitu :

1. Kebutuhan pelanggan dari QFD berdasarkan HOQ maka ditentukan kebutuhan teknis yang memungkinkan untuk diperbaiki.
2. Kebutuhan dari sisi pelayanan.
3. Kebutuhan dari karakteristik umum pelayanan yang dibutuhkan pelanggan.

Rincian kebutuhan tersebut harus dipilih lagi kebutuhan yang penting dan hubungan dengan pelanggan dan pihak perusahaan mampu mengusahakan. Bagian-bagian yang terdapat dalam *part deployment* yaitu *technical requirement* yang berisi kebutuhan teknis, target yang berisi tentang kebutuhan teknis, target yang berisi tentang kebutuhan teknis dan target *part* kritis yang diperoleh dari *fault tree analysis* yang dikembangkan, *column weight* yang berisi hubungan

antara *technical requirement* dengan *critical part requirement* yang jika hubungan kuat bernilai 9, jika sedang bernilai 3, dan jika lemah bernilai 1.

Bagian-bagian dari *part deployment* dan bentuk umumnya dapat dilihat pada gambar 2.4 dibawah ini.

			<i>Critical part requirement</i>		
<i>Technical requirement</i>	<i>Targets</i>	<i>Imp. rating</i>			

Gambar 2. 4 Matrik *Part Deployment*

2.10.3. Matriks Perencanaan Proses

Terdapat 4 bagian pada matriks ini, yaitu *process specification*, *critical part requirement*, *critical process requirement*, dan *process planning*. Pada *critical part requirement* menggambarkan rincian proses yang terjadi dari perencanaan proses pelayanan. Pada kolom *process planning* terdapat peta operasi proses yang menunjukkan urutan proses yang menggunakan pelayanan perusahaan. Dalam matriks perencanaan proses menunjukkan pula hubungan kesesuaian antara *Critical Process Requirement* dengan *critical parts requirement*. Bentuk umum dari matriks perencanaan proses dapat dilihat pada gambar 2.5 dibawah ini.

			<i>Critical part requirement</i>		
<i>Process specification</i>				<i>Critical process requirement</i>	<i>Process planning</i>

Gambar 2. 5 Matrik Perencanaan Proses (Process Planning)

2.10.4. Matriks Perencanaan Manufaktur/Produksi (*Manufacturing/Production*

Planning)

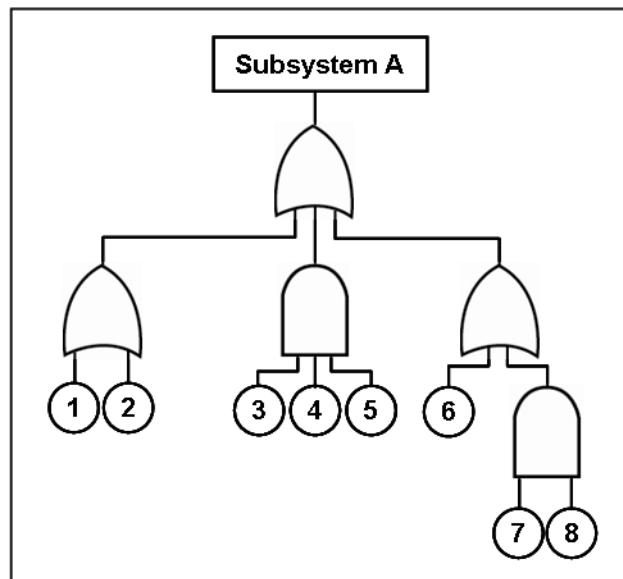
Matriks ini memiliki fungsi untuk mengetahui tindakan yang perlu diambil dalam upaya peningkatan/perbaikan pelayanan. Terdapat 4 bagian matriks, yaitu *process step*, *key process requirement*, *planning needs* dan *notes*. Tindakan yang sebaiknya dilakukan untuk melakukan perbaikan ditunjukkan pada kolom paling kanan. Hasil dari matriks perencanaan produksi yaitu rancangan usulan yang diambil dari *notes*. Usulan ini akan digunakan sebagai rekomendasi usulan perusahaan untuk melakukan tindakan yang perlu diambil guna meningkatkan pergaikan agar kualitas [elayanan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Bentuk umum matriks perencanaan manufaktur/produksi dapat dilihat pada gambar 2.6 dibawah ini.

		<i>Planning needs</i>				
<i>Process step</i>	<i>Key process requirement</i>					<i>Notes</i>

Gambar 2. 6 Matrik Perencanaan Manufaktur/Produksi

2.10.5. Fault Tree Analysis

Fault Tree Analysis (FTA) atau analisa pohon kesalahan adalah metode analisis *top-down*, deduktif. Dalam FTA dimulainya kejadian utama seperti kegagalan komponen, kesalahan manusia, dan kejadian eksternal ditelusuri melalui gerbang logika Boolean (And dan Or) menuju ke kejadian yang paling membahayakan. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi cara untuk membuat kejadian tersebut “kurang mungkin” terjadi, dan memvarivikasi bahwa tujuan pengamanan telah dicapai. Dalam kasus ini FTA digunakan untuk menganalisis terjadinya kegagalan perusahaan untuk memenuhi kepuasan konsumen. Bentuk dari diagram *Fault Tree Analysis* dapat dilihat pada gambar 2.7 dibawah ini.



Gambar 2. 7 Contoh diagram FTA

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Penelitian dilakukan diperusahaan yang bergerak dibidang perhotelan, yaitu di Hotel Nugraha di Kota Yogyakarta. Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah pelanggan Hotel Nugraha.

3.2. Data yang Diperlukan

Untuk membantu pemecahan masalah pada penelitian ini diperlukan data-data aktual yang digunakan sebagai dasar proses analisa penelitian. Adapun data-data yang diperlukan dan metode pengumpulan data untuk mendukung pemecahan masalah tersebut adalah:

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang didapatkan langsung dari konsumen berupa jawaban dari pertanyaan dalam kuesioner yang dibagikan kepada konsumen hotel.

Dalam kuesioner, atribut yang ditanyakan pada konsumen haruslah valid dan reliabel. Selain itu juga jumlah data yang dikumpulkan harus memenuhi dari segi kuantitas atau jumlah. Untuk itu, perlu juga uji kecukupan data.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang didapatkan dengan mempelajari literature yang berhubungan dengan penelitian dan dokumen-dokumen perusahaan. Data-data ini berisi tentang petunjuk dalam pelaksanaan penelitian dan semua informasi yang berguna dalam penyusunan laporan.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang lebih terperinci dalam melakukan penelitian ini digunakan metode sebagai berikut :

1. Wawancara/Kuesioner

Data yang diperoleh yaitu dengan cara meminta pendapat dari objek penelitian secara langsung yang dalam penelitian ini adalah pelanggan dari hotel nugraha.

2. Studi literatur.

Data atau informasi yang bersumber dari buku, jurnal, dan lain sebagainya yang membahas objek bahasan sama.

3.4. Penentuan Jumlah Sampel

Pada penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai input, biasanya dilakukan uji kecukupan data untuk menentukan berapa banyak jumlah sampel yang digunakan. Penentuan sampel yang populasinya belum diketahui dapat menggunakan Persamaan (3.1) sebagai berikut :

$$n = p(1 - p) \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{SE} \right]^2 \quad (3.1)$$

Dimana :

- n : Jumlah Sampel
- p : Proporsi sebenarnya dari populasi
- SE : Sampling error (kesalahan sampling)
- $Z_{\alpha/2}$: Faktor tingkat keyakinan

3.5. Pengolahan Data

Data-data yang telah dikumpulkan kemudian diolah sehingga dapat menjadi data yang lebih berarti dan dapat dijadikan dasar bagi proses selanjutnya. Langkah-langkah yang harus ditempuh untuk mengolah data dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas data hasil kuesioner.

3.6. Uji Validitas

Uji validitas berarti langkah pengujian untuk mengetahui apakah alat ukur yang berupa kuesioner bisa mengukur dengan cermat atau tidak. Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan *software SPSS 21 for windows*. Dengan menggunakan rumus seperti yang ditunjukkan oleh Persamaan (3.2) sebagai berikut :

$$r = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2] [N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (3.2)$$

Dimana : r = koevisien korelasi (validitas)

X = skor pada subyek item n

Y = skor total subyek

XY = skor pada subyek item n dikalikan skor total

N = banyak subyek

3.7. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, maksudnya apabila dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terdapat kelompok yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (Ristanti, 2012). dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan formula *Cronbach's Alpha* dan dengan menggunakan *software SPSS 21 for windows*. Perhitungan manual dapat dilakukan untuk mencari koefisien reliabilitas dengan menggunakan persamaan (3.3) sebagai berikut:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum sj^2}{sx^2} \right] \quad (3.3)$$

Dimana : α = Nilai reliabilitas

k = Banyak pertanyaan dalam kuesioner

Sj^2 = varians butir kuesioner

Sx^2 = Varians total

Kuesionerdikatakan mempunyai reliabilitas yang baik apabila nilai koefisien reliabilitas $\alpha \geq 0.6$. hasil perhitungan r *Cronbach's Alpha* pada *software SPSS* dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha*.

3.8. Importance Performance Analysis (IPA)

3.8.1. Analisis Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja/pelaksanaan dengan skor kepentingan/harapan (Atina, 2010). Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan

prioritas peningkatan faktor-faktor kinerja yang diukur. Rumus yang digunakan ditunjukkan pada Persamaan (3.4), yaitu :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \quad (3.4)$$

Dimana :
 Tki = Tingkat kesesuaian responden
 Xi = Skor penilaian kinerja hotel
 Yi = Skor kepentingan pelanggan

Berikutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja hotel, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan pelanggan dengan menggunakan rumus yang ditunjukkan pada persamaan (3.6) dan Persamaan (3.7) sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad (3.6)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n} \quad (3.7)$$

Dimana :
 $\bar{X}$ = Skor rata-rata tingkat kinerja hotel
 $\bar{Y}$ = skor rata-rata tingkat kepentingan pelanggan
 n = jumlah responden

3.8.2. Analisis Diagram Kartesius

Diagram ini dibagi menjadi 4 kuadran (Nugraha, Adianto, & Harsono, 2014), yaitu :

1. Kuadran 1 (Concentrate These)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai dengan harapan pelanggan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan.

2. Kuadran 2 (Keep Up The Good Work)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, dan faktor-faktor yang dianggap pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel-variabel

yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk atau jasa unggul di mata pelanggan.

3. Kuadran 3 (Low Priority)

Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan pada kenyatannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.

4. Kuadran 4 (Possible Overkill)

Ini adalah wilayah yang memuat faktror-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.



Gambar 3. 1 Diagram Kartesius

Pembagian daerah tersebut didasarkan pada perpotongan dua buah garis secara tegak lurus pada titik $\bar{X}$ dan $\bar{Y}$, dan dapat diketahui dengan rumus yang terlihat pada Persamaan (3.8) dan Persamaan (3.9) seperti dibawah ini :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}_i}{n} \quad (3.8)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}_i}{n} \quad (3.9)$$

Dimana : $\bar{X}_i$ = nilai rata-rata dari rata-rata skor kinerja hotel
 $\bar{Y}_i$ = nilai rata-rata dari rata-rata skor kepentingan pelanggan
 K = banyaknya atribut/faktor yang mempengaruhi penilaian kinerja

selanjutnya, setiap atribut ditempatkan pada empat kuadran diagram tersebut sesuai dengan rata-rata kepentingan/harapan dan kepuasan atas kinerja hotel, sehingga dapat diketahui atribut mana yang berada di tiap kuadran

3.9. *Qualiti Function Deployment (QFD)*

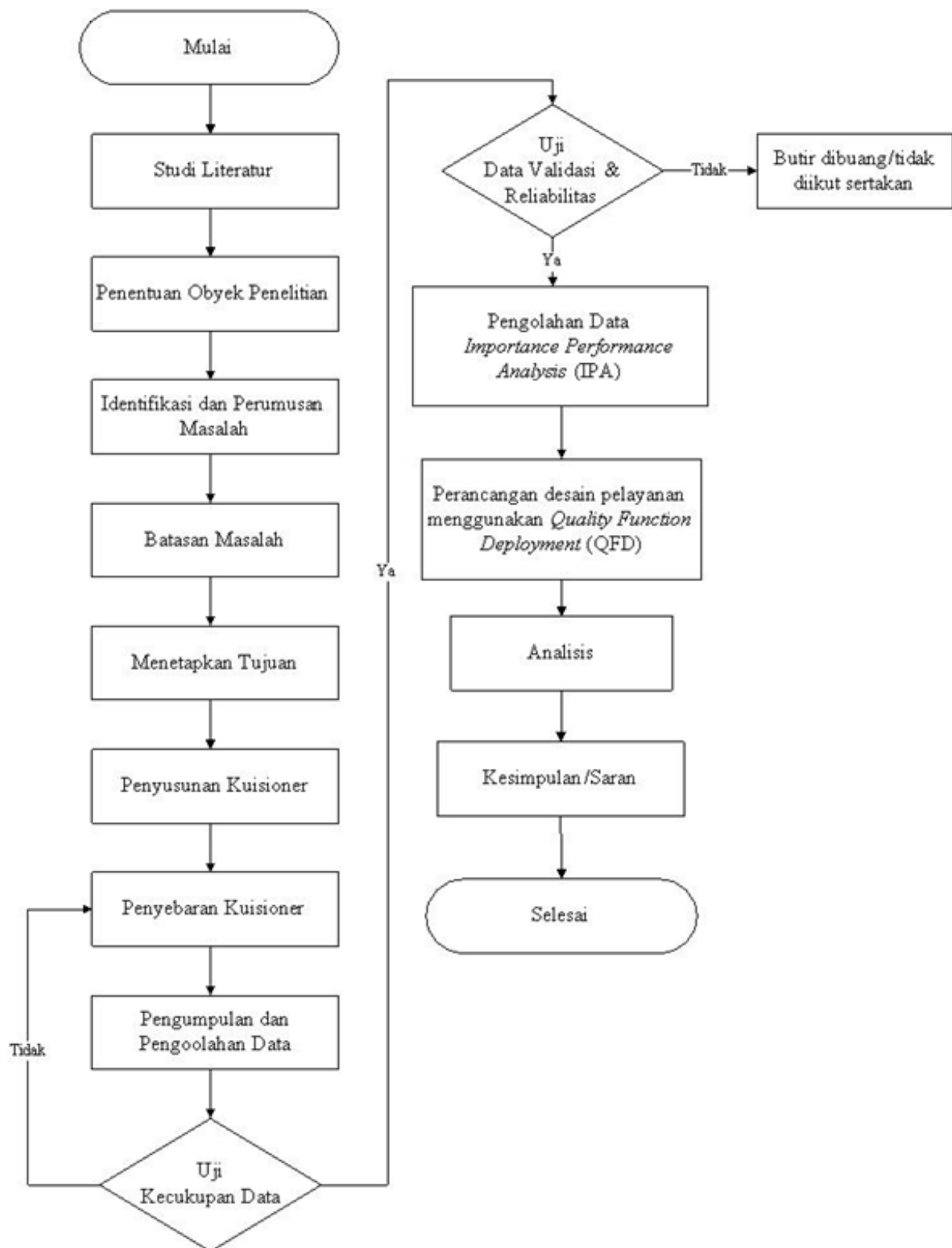
Setelah meelakukan pengolahan data menggunakan, langkah selanjutnya adalah mengintegrasikan hasil tersebut menggunakan metode QFD. Adapun langkah-langkah QFD yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi suara konsumen melalui pengolahan data menggunakan metode IPA sebagai masukan untuk pengolahan data metode QFD.
2. Melakukan transformasi keinginan konsumen menjadi kebutuhan teknis dan menentukan target serta bobot korelasinnya.
3. Menghitung nilai kepentingan teknik untuk masing-masing atribut yang ada dan menentukan prioritas.
4. Menentukan arah pengembangan serta korelasi teknis antar kebutuhan teknis.
5. Melakukan pengukuran kuantitatif identifikasi prioritas yaitu *goal, sales point, improvement ratio*, dan bobot baris.
6. Menyusun HOQ dan melakukan analisa. Kemudian menentukan prioritas arah pengembangan berdasarkan prioritas kebutuhan konsumen, prioritas kebutuhan teknik, dan tingkat kesulitan atau prospek pengembangannya, untuk kemudian dimasukan dalam fase matrik *part deployment*.
7. Menentukan *critical requirement* dengan bantuan *fault tree analysis* pada matrik *part deployment*.

3.10. *Analisis dan Pembahasan*

Setelah dilakukan pengolahan data, selanjutnya adalah melakukan langkah analisa dan pembahasan terhadap hasil pengolahan data yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran lengkap mengenai penelitian yang telah dilakukan sebagai jawaban terhadap permasalahan yang ada.

3.11. Flowchart Penelitian



Gambar 3. 2 Flowchart Diagram

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1. Pengumpulan data

4.1.1. Profil Hotel Nugraha

Hotel Nugraha beralamat di Jl.parangtritis km.1 mantrijeron MJ 3/813 Yogyakarta dan salah satu hotel kelas melati satu yang berlokasi di tengah kota Yogyakarta (dibelakang alun-alun selatan Keraton Yogyakarta). Dengan lokasi yang strategis yaitu di tengah kota akan memudahkan para wisatawan untuk mengakses tempat wisata dengan cepat dan murah. Lokasi yg strategis di tengah kota juga memudahkan para wisatawan untuk mendapatkan akses yang mudah seperti ke lokasi ATM center, minimarket, cafe-cafe musik dan restoran.

Manajemen hotel yang berpengalaman dalam mengelola hotel akan memudahkan para wisatawan untuk mendapatkan service yang maksimal, adapun tipe-tipe kamar di Hotel Nugraha sebagai berikut :

1. Standar single bed (kapasitas maksimal 2 orang, kipas angin, kamar mandi dalam)
2. Standar double bed (kapasitas maksimal 4 orang, kipas angin, kamar mandi dalam)
3. VIP room (kapasitas maksimal 4 orang, AC, TV, kamar mandi dalam)

Selain itu hotel nugraha memiliki beberapa fasilitas yang disediakan bagi para pengunjung, berbagai fasilitas yang di sediakan hotel nugraha antara lain :

1. Parkir yang sangat luas (bisa menampung 7 bis besar)
2. Keamanan 24 jam
3. Catering (bisa prasmanan maupun dus dan melayani partai besar maupun kecil)
4. Pengurusan discount tiket masuk ke obyek wisata bagi tamu rombongan
5. Aula pertemuan
6. Jumlah total 77 kamar dan kapasitas 320 orang



Gambar 4. 1 Gedung Utama Hotel Nugraha

4.1.2. Visi Hotel Nugraha

Menjadi hotel kelas melati yang berkualitas dan terbaik di Yogyakarta

4.1.3. Misi Hotel Nugraha

1. Memberikan harga yang terjangkau
2. Memberikan fasilitas dan pelayanan yang maksimal
3. Selalu meningkatkan kualitas pelayanan
4. Selalu menerapkan 3S (Senyum, Salam , Sapa)
5. Menjaga keamanan lingkungan dan ketenangan lingkungan hotel

4.2. Pengolahan Data

4.2.1. Uji Kecukupan Data

Setelah kuesioner disebarakan maka perlu dilakukan uji kecukupan data. Uji kecukupan data berfungsi untuk mengetahui apakah data yang diambil sudah cukup atau tidak mewakili suatu populasi, dengan melakukan perhitungan data maka diketahui berapa banyak jumlah data minimal yang dibutuhkan, untuk menentukannya digunakan perhitungan dengan menggunakan cara Paul Leedy (Arikunto, 1997). Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat ketelitian (α) 10% = 0,1; $\alpha/2 = 0,05$; $Z_{\alpha/2} = 1,645$ dengan perhitungan sebagai berikut :

$$N' = \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{e} \right]^2 p (1 - p) \quad (4.1)$$

Dimana :
 N' = Jumlah sampel minimal
 $Z_{\alpha/2}$ = Nilai distribusi normal
 p = Proporsi yang diduga
 e = Tingkat kesalahan maksimum yang diperbolehkan (error)

karena besarnya proporsi sampel p tidak diketahui, dan $p(1 - p)$ juga tidak diketahui maka pengujian ini belum dapat dilakukan. Tetapi nilai p selalu diantara 0 sampai 1 dengan nilai p maksimum, maka :

$$f(p) = p - p^2$$

$$\frac{df(p)}{df(p)} = 1 - 2p$$

$$\frac{df(p)}{df(p)} \text{ maksimal jika } \frac{df(p)}{df(p)} = 0$$

$$0 = 1 - 2p$$

$$-1 = -2p$$

$$p = 0.5$$

Harga maksimal $f(p)$ adalah $p(1-p) = 0.5(1-0.5) = 0.25$, sehingga besarnya sampel jika mempunyai tingkat kepercayaan 90% dan kesalahan yang terjadi tidak lebih dari 10% adalah:

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

$$N' = 0,5 (1 - 0,5) \left[\frac{1,645}{0,1} \right]^2$$

$$N' = 67.65 \approx 68 \text{ responden}$$

Jadi jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah sebanyak 68 responden. Berarti data yang diambil yang telah diambil dapat dilakukan analisis selanjutnya karena responden yang dibutuhkan jumlahnya lebih kecil dari jumlah sampel yang telah diambil, sehingga penambahan data tidak lagi diperlukan.

4.2.2. Kuesioner

Data diambil dari penyebaran kuisisioner, kuesioner tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan tingkat kepentingan dan skala kinerja menurut persepsi responden. Terdapat 31 atribut pertanyaan mengenai tingkat kepentingan dan kinerja dari hotel nugraha dengan pilihan jawaban menggunakan skala liker 1-5. Berikut adalah rincian jumlah kuisisioner yang telah diisi oleh pelanggan :

Jumlah kuesioner yang disebar	: 70	
Jumlah kuesioner yang sah (dapat diolah)	: 70	(<i>valid</i>)
Jumlah kuesioner yang tidak dapat dioleh	: 0	(<i>invalid</i>)

4.2.3. Uji Validitas Data

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan 70 sampel yang sah. Langkah-langkah uji validitas adalah :

- a. Menentukan Hipotesis
 - H_0 : Skor atribut berkolerasi positif dengan skor faktor (*valid*)
 - H_1 : Skor atribut tidak berkolerasi positif dengan skor faktor (*tidak valid*)
- b. Menentukan nilai r_{tabel}
 - Dengan tingkat signifikasi 5%, derajat kebebasan (df) = n-2, atau dalam penelitian ini df = 70 – 2 = 68. Nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r yaitu :
df = 68, r_{tabel} 0,235

c. Menentukan nilai r_{hitung}

Nilai r_{hitung} diperoleh setelah melakukan pengolahan data dengan menggunakan SPSS 21. Nilai r_{hitung} dapat dilihat pada hasil output SPSS 21 pada nilai Corrected Item – Total Corelation. Hasil perhitungan (output) SPSS 21) dan dan status atribut dapat dilihat pada tabel 4.1 dan tabel 4.2 (contoh hasil perhitungan anual dapat dilihat pada lampiran)

d. Membandingkan besar nilai r_{tabel} dengan r_{hitung}

Jika r_{hitung} bernilai positif, serta $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika r_{hitung} bernilai positif, serta $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Jika r_{hitung} bernilai negatif, serta $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 ditolak

e. Membuat kesimpulan

Jika r_{hitung} bernilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka H_0 artinya butir pernyataan valid sehingga butir kuisioner mampu mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki dengan cepat.

Untuk melihat nilai r_{hitung} dari semua butir pertanyaan yang telah diolah menggunakan software SPSS 21 dapat dilihat pada tabel 4.1

Tabel 4. 1 Uji Validitas Indeks Kepentingan

N0	Atribut pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
1	Kapasitas hotel yang besar	0,559	0,235	valid
2	Kapasitas mushola mampu mengakomodasi pelanggan yang ada	0,726	0,235	Valid
3	Ketersediaan area tempat parkir yang luas	0,770	0,235	Valid
4	Kelengkapan fasilitas ruang santai	0,585	0,235	Valid
5	Ukuran kamar tidur yang luas	0,640	0,235	Valid
6	Kelengkapan fasilitas kamar tidur	0,768	0,235	Valid
7	Kelengkapan fasilitas kamar mandi	0,715	0,235	Valid
8	Kelengkapan fasilitas ruang resepsionis/kantor	0,705	0,235	valid
9	Taman yang tertata rapih	0,717	0,235	Valid
10	Karyaman berpenampilan rapih, bersih, dan menarik	0,761	0,235	Valid
11	Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan fasilitas dan pelayanan yang didapat	0,738	0,235	Valid
12	Pelayanan resepsionis/kantor 24 jam	0,768	0,235	Valid

N0	Atribut pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
13	Keamanan lingkungan hotel	0,784	0,235	Valid
14	Kesegaran, kebersihan, kehalalan, dan rasa makanan dan minuman yang disajikan	0,862	0,235	Valid
15	Keramahan dan kesopanan karyawan kepada pelanggan	0,824	0,235	Valid
16	Jadwal makanan tepat waktu (pagi, siang, malam)	0,782	0,235	Valid
17	Proses administrasi yang cepat dan akurat	0,668	0,235	valid
18	Fasilitas kamar tidur dalam kondisi baik/layak digunakan	0,699	0,235	valid
19	Fasilitas kamar mandi bekerja dengan baik	0,787	0,235	Valid
20	Kamar mandi yang bersih dan tidak berbau	0,798	0,235	Valid
21	Perlengkapan ibadah dalam kondisi layak digunakan	0,797	0,235	Valid
22	Karyawan hotel memberikan pelayanan yang maksimal	0,870	0,235	Valid
23	Pihak hotel cepat tanggap dalam melayani permintaan pelanggan	0,801	0,235	Valid
24	Kemudahan pelanggan untuk menghubungi pihak hotel	0,792	0,235	Valid
25	Keritik yang disampaikan pelanggan menjadi pertimbangan untuk meningkatkan kualitas hotel	0,775	0,235	valid
26	Pihak hotel menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara cepat	0,843	0,235	Valid
27	Pihak hotel memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan secara tepat	0,803	0,235	Valid
28	Karyawan hotel mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan	0,846	0,235	Valid
29	Karyawan hotel melakukan komunikasi yang baik dan efektif dengan pelanggan	0,844	0,235	Valid
30	Karyawan hotel melayani pelanggan dengan ramah tanpa memandang status sosial	0,708	0,235	Valid
31	Kesabaran karyawan hotel dalam melayani pelanggan	0,828	0,235	Valid

Tabel 4. 2 Uji Validitas Indeks Kinerja

N0	Atribut pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
1	Kapasitas hotel yang besar	0,676	0,235	valid
2	Kapasitas mushola mampu mengakomodasi pelanggan yang ada	0,636	0,235	Valid
3	Ketersediaan area tempat parkir yang luas	0,682	0,235	Valid
4	Kelengkapan fasilitas ruang santai	0,719	0,235	Valid
5	Ukuran kamar tidur yang luas	0,749	0,235	Valid
6	Kelengkapan fasilitas kamar tidur	0,583	0,235	Valid

N0	Atribut pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
7	Kelengkapan fasilitas kamar mandi	0,562	0,235	Valid
8	Kelengkapan fasilitas ruang resepsionis/kantor	0,741	0,235	valid
9	Taman yang tertata rapih	0,591	0,235	Valid
10	Karyaman berpenampilan rapih, bersih, dan menarik	0,688	0,235	Valid
11	Kesesuaian harga yang ditawarkan dengan fasilitas dan pelayanan yang didapat	0,534	0,235	Valid
12	Pelayanan resepsionis/kantor 24 jam	0,515	0,235	Valid
13	Keamanan lingkungan hotel	0,555	0,235	Valid
14	Kesegaran, kebersihan, kehalalan, dan rasa makanan dan minuman yang disajikan	0,516	0,235	Valid
15	Keramahan dan kesopanan karyawan kepada pelanggan	0,624	0,235	Valid
16	Jadwal makanan tepat waktu (pagi, siang, malam)	0,407	0,235	Valid
17	Proses administrasi yang cepat dan akurat	0,739	0,235	valid
18	Fasilitas kamar tidur dalam kondisi baik/layak digunakan	0,655	0,235	valid
19	Fasilitas kamar mandi bekerja dengan baik	0,599	0,235	Valid
20	Kamar mandi yang bersih dan tidak berbau	0,523	0,235	Valid
21	Perlengkapan ibadah dalam kondisi layak digunakan	0,642	0,235	Valid
22	Karyawan hotel memberikan pelayanan yang maksimal	0,781	0,235	Valid
23	Pihak hotel cepat tanggap dalam melayani permintaan pelanggan	0,669	0,235	Valid
24	Kemudahan pelanggan untuk menghubungi pihak hotel	0,533	0,235	Valid
25	Keritik yang disampaikan pelanggan menjadi pertimbangan untuk meningkatkan kualitas hotel	0,593	0,235	valid
26	Pihak hotel menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara cepat	0,676	0,235	Valid
27	Pihak hotel memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan secara tepat	0,657	0,235	Valid
28	Karyawan hotel mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan	0,800	0,235	Valid
29	Karyawan hotel melakukan komunikasi yang baik dan efektif dengan pelanggan	0,789	0,235	Valid
30	Karyawan hotel melayani pelanggan dengan ramah tanpa memandang status sosial	0,678	0,235	Valid
31	Kesabaran karyawan hotel dalam melayani pelanggan	0,631	0,235	Valid

4.2.4. Uji Reliabilitas Data

- a. Menentukan hipotesis

H_0 : Skor atribut berkolerasi positif dengan skor faktor (*reliable*)

H_1 : Skor atribut tidak berkolerasi positif dengan skor faktor (tidak *reliable*)

- b. Menentukan nilai r_{tabel}

Dengan tingkat signifikansi 5%, derajat kebebasan (df) = n-2, atau dalam penelitian ini df = 70 – 2 = 68. Nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r yaitu :

df = 68, r_{tabel} 0,235

- c. Menentukan besar nilai $r_{cronbach's\alpha}$

Dengan menggunakan SPSS 21 hasil perhitungan $r_{cronbach's\alpha}$ dapat dilihat pada nilai *Cronbach's Alpha output*. (Contoh perhitungan secara manual dapat dilihat pada lampiran).

Tabel 4. 3 Cronbach's Alpha

	<i>Cronbach's Alpha</i>	r_{tabel}
Tingkat Kepentingan	0,978	0,235
Indeks Kinerja	0,957	0,235

- d. Membandingkan besar nilai r_{tabel} dengan $r_{cronbach's\alpha}$

Jika nilai $r_{cronbach's\alpha}$ bernilai positif, serta $r_{cronbach's\alpha} > r_{tabel}$ maka H_0 diterima.

Jika nilai $r_{cronbach's\alpha}$ bernilai positif, serta $r_{cronbach's\alpha} < r_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

Jika nilai $r_{cronbach's\alpha}$ bernilai negatif, serta $r_{cronbach's\alpha} > r_{tabel}$ maka H_0 ditolak

- e. Membuat kesimpulan

$r_{Cronbach's\ Alpha}$ (0,978) $\geq$ r_{tabel} (0,235), maka butir-butir kuisioner tingkat kepentingan *reliable*.

$r_{Cronbach's\ Alpha}$ (0,957) $\geq$ r_{tabel} (0,235), maka butir-butir kuisioner tingkat kepentingan *reliable*.

Karena seluruh butir pernyataan *reliable* ini berarti bahwa butir pertanyaan memperlihatkan kemantapan dimana berapa kalipun butir pertanyaan diberikan kepada responden yang

berlainan, hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden untuk butir pertanyaan tersebut.

4.3. Importance Performance Analysis (IPA)

4.3.1. Menentukan Skor Kinerja, Tingkat Kepentingan, dan tingkat kesesuaian

Langkah awal sebelum membuat diagram *cartesius* (IPA) adalah menghitung nilai rata-rata skor tingkat kepentingan dan kepuasan kinerja untuk setiap atribut pertanyaan dengan rumus :

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \text{ dan } \bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad (4.2)$$

Dimana : $\bar{X}_i$ = rata-rata skor kepuasan kinerja atribut ke-i

$\bar{Y}_i$ = nilai rata-rata skor tingkat kepentingan kinerja ke-i

n = jumlah responden

$$\bar{X} = \frac{4+4+3+3+5+4+4+...+3+4}{70} = \frac{226}{70}$$

$$\bar{X} = 3,23$$

Sedangkan tingkat kesesuaian dapat dicari dengan menggunakan persamaan 3.2 pada bab sebelumnya. Nilai $\bar{Y}_i$ dan $\bar{X}_i$ untuk keseluruhan butir atribut pertanyaan dapat dilihat pada tabel 4.4 dibawah ini.

Tabel 4. 4 Nilai $\bar{Y}_i$ dan $\bar{X}_i$, dan Tingkat kesesuaian

No	Atribut Pertanyaan	$\sum X_i$ (Kinerja)	$\sum Y_i$ (Tingkat kepentingan)	$\bar{X}_i$	$\bar{Y}_i$	TK (%)
1	X1	226	271	3.23	3.87	83.39
2	X2	202	268	2.89	3.83	75.37
3	X3	232	268	3.31	3.83	86.57
4	X4	221	260	3.16	3.71	85.00
5	X5	230	274	3.29	3.91	83.94
6	X6	222	285	3.17	4.07	77.89
7	X7	217	274	3.10	3.91	79.20
8	X8	221	259	3.16	3.70	85.33
9	X9	213	249	3.04	3.56	85.54
10	X10	234	278	3.34	3.97	84.17

No	Atribut Pertanyaan	$\sum X_i$ (Kinerja)	$\sum Y_i$ (Tingkat kepentingan)	$\bar{X}_i$	$\bar{Y}_i$	TK (%)
11	X11	229	274	3.27	3.91	83.58
12	X12	221	275	3.16	3.93	80.36
13	X13	263	299	3.76	4.27	87.96
14	X14	262	298	3.74	4.26	87.92
15	X15	256	295	3.66	4.21	86.78
16	X16	280	292	4.00	4.17	95.89
17	X17	241	273	3.44	3.90	88.28
18	X18	244	291	3.49	4.16	83.85
19	X19	235	282	3.36	4.03	83.33
20	X20	243	292	3.47	4.17	83.22
21	X21	200	284	2.86	4.06	70.42
22	X22	248	284	3.54	4.06	87.32
23	X23	231	281	3.30	4.01	82.21
24	X24	223	275	3.19	3.93	81.09
25	X25	244	279	3.49	3.99	87.46
26	X26	222	266	3.17	3.80	83.46
27	X27	235	279	3.36	3.99	84.23
28	X28	233	281	3.33	4.01	82.92
29	X29	228	279	3.26	3.99	81.72
30	X30	257	289	3.67	4.13	88.93
31	X31	249	290	3.56	4.14	85.86
	Rerata	234.26	278.84	3.35	3.98	83.97

4.3.2. Menentukan Garis Perpotongan Kuadran

Langkah berikutnya dalam metode IPA yaitu membuat kuadran *cartesius* dengan garis perpotongan antara X dan Y dengan nilai rata-rata $\sum(\bar{X}_i)$ sebagai sumbu X, dan nilai rata-rata $\sum(\bar{Y}_i)$ sebagai sumbu Y, untuk keseluruhan total atribut pertanyaan dengan rumus yang ditunjukkan pada persamaan 4.3 dibawah ini :

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{n} \quad \text{dan} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{n} \quad (4.3)$$

Dimana : $\bar{\bar{X}}$ = nilai rata-rata $\sum \bar{X}_i$
 $\bar{\bar{Y}}$ = nilai rata-rata $\sum \bar{Y}_i$
n = Jumlah atribut pertanyaan

$$\overline{\overline{X}}_i = \frac{234,26}{31} = 3,35$$

$$\overline{\overline{Y}}_i = \frac{278,84}{31} = 3,98$$

Nilai $\overline{\overline{X}}_i = 3,35$ ini memotong tegak lurus pada sumbu horisotal, yakni sumbu yang mencerminkan tingkat *performance*. Sedangkan nilai $\overline{\overline{Y}}_i = 4,33$ memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yakni sumbu yang mencerminkan tingkat *importance*. Garis perpotongan inilah yang selanjutnya disebut digaram IPA yang akan digunakan sebagai alat analisa selanjutnya.

4.3.3. Analisa Diagram *Cartesius* (IPA)

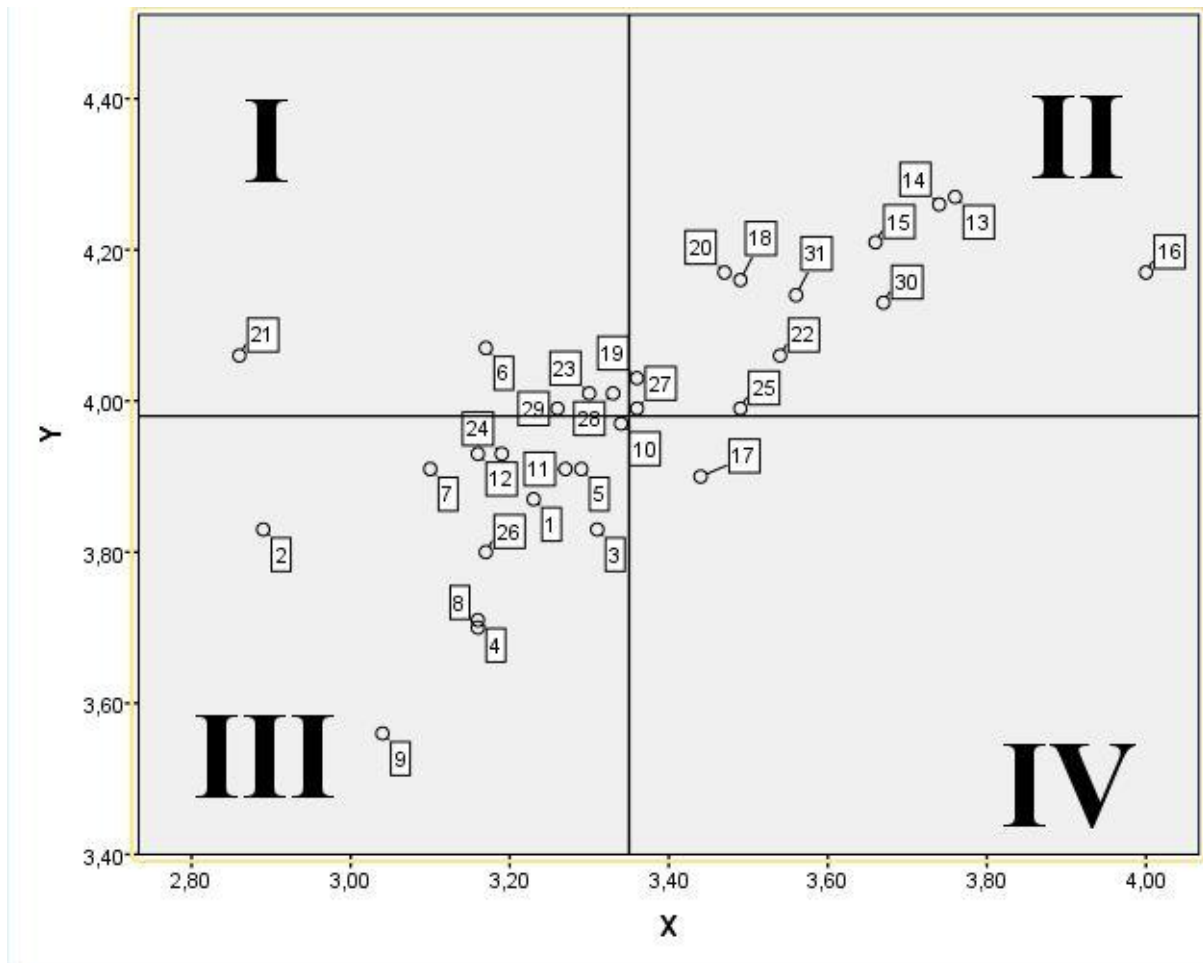
Nilai –nilai $\overline{\overline{X}}$ dan $\overline{\overline{Y}}$ seperti yang ada pada tabel 4.4 diatas yang kemudian akan dijadikan sebagai titik koordinat tiap-tiap atribut pertanyaan kedalam diagram IPA yang terbentuk dari garis perpotongan kuadran antara $X = 3,35$ dan $Y = 3,98$ seperti dalam persamaan $\overline{\overline{X}}_i$ dan $\overline{\overline{Y}}_i$. Dari diagram ini kemudian dapat diketahui sebaran dari atribut-atribut pertanyaan yang kemudian dapat digolongkan sesuai dengan analisa metode IPA. Adapun titik koordinat atribut pertanyaan dapat dilihat pada tabel 4.5 dibawah ini.

Tabel 4. 5 Titik Koordinat Atribut Pertanyaan

No	Atribut	X	Y
1	X1	3.23	3.87
2	X2	2.89	3.83
3	X3	3.31	3.83
4	X4	3.16	3.71
5	X5	3.29	3.91
6	X6	3.17	4.07
7	X7	3.10	3.91
8	X8	3.16	3.70
9	X9	3.04	3.56
10	X10	3.34	3.97
11	X11	3.27	3.91
12	X12	3.16	3.93
13	X13	3.76	4.27
14	X14	3.74	4.26
15	X15	3.66	4.21

No	Atribut	X	Y
16	X16	4.00	4.17
17	X17	3.44	3.90
18	X18	3.49	4.16
19	X19	3.36	4.03
20	X20	3.47	4.17
21	X21	2.86	4.06
22	X22	3.54	4.06
23	X23	3.30	4.01
24	X24	3.19	3.93
25	X25	3.49	3.99
26	X26	3.17	3.80
27	X27	3.36	3.99
28	X28	3.33	4.01
29	X29	3.26	3.99
30	X30	3.67	4.13
31	X31	3.56	4.14

Setelah data yang terdapat pada tabel 4.5 diolah maka didapatkan sebaran atribut pertanyaan dalam diagram IPA yang ditunjukkan oleh gambar 4.2 seperti dibawah ini :



Gambar 4. 2 Diagram kartesius

Dari diagram kartesius diatasterdapat sebaran atribut-atribut pertanyaan di empat kuadran kartesius yang akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Atribut pertanyaan 6, 21, 23, 28, 29 masuk ke dalam kuadran I dimana responden menganggap atribut-atribut pertanyaan tersebut penting, tetapi pada kenyataannya kinerja hotel dibawah rata-rata sehingga penting untuk dilakukan perbaikan. Atribut-atribut pertanyaan ini yang akan menjadi masukan perbaikan selanjutnya menggunakan metode QFD.
2. Atribut pertanyaan 13, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 22, 25, 27, 30, 31 masuk ke dalam kuadran II dimana responden menganggap atribut-atribut pertanyaan tersebut penting, dan kinerja hotel sudah berada diatas rata-rata atau dianggap memuaskan. Sehingga kinerja hotel perlu dipertahankan.
3. Atribut pertanyaan 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 24, 26 masuk ke dalam kuadran III dimana responden menganggap atribut-atribut pertanyaan tersebut kurang kenting, dan kinerja hotel dibawah rata-rata . Atribut –atribut pertanyaan yang

masuk kedalam kuadran ini bukan berarti tidak perlu diperhatikan, tetapi tingkat prioritasnya rendah.

4. Atribut pertanyaan 17 masuk ke dalam kuadran IV dimana kinerja hotel di atas rata-rata, sedangkan tingkat kepentingannya dibawah rata-rata sehingga dianggap berlebihan. Atribut-atribut pertanyaan yang masuk kedalam kuadran ini bukan berarti tidak berguna, tetapi sebaiknya diprioritaskan untuk mengalihkan sumber daya disini untuk memperbaiki atribut-atribut pertanyaan yang masuk kuadran I.

Berdasarkan hasil sebaran atribut-atribut pertanyaan pada diagram kartesius diatas, maka dapat diketahui atribut-atribut pertanyaan yang perlu dilakukan perbaikan sekaligus menjadi masukan perbaikan selanjutnya dengan menggunakan QFD yaitu.

Tabel 4. 6 Masukan Perbaikan

No	Keinginan Konsumen
1	Kelengkapan fasilitas kamar tidur
2	Perlengkapan ibadah dalam kondisi layak digunakan
3	Pihak hotel cepat tanggap dalam melayani permintaan pelanggan
4	Karyawan hotel mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan
5	Karyawan hotel melakukan komunikasi yang baik dan efektif dengan pelanggan

4.4. *Quality Function Deployment (QFD)*

4.4.1. Transformasi dan Target Kebutuhan Teknis

QFD digambarkan sebagai sebuah rumah yang komplek atau sering disebut juga *House Of Quality* (HOQ). Dimulai dengan mendefinisikan keinginan konsumen kemudian menerjemahkannya kedalam kebutuhan teknis agar lebih menspesifikasikan sebuah desain umum. Hal ini bertujuan agar keinginan konsumen yang menjadi masukan perbaikan menjadi lebih terukur dan lebih mudah dikembangkan.

Agar kebutuhan teknis tersebut lebih terukur dan lebih terarah untuk pengembangan dan perbaikan selanjutnya, maka dibutuhkan suatu target yang harus dicapai oleh pihak teknis. Transformasi keinginan konsumen menjadi kebutuhan teknis beserta targetnya dapat dilihat pada tabel 4.8 dibawah ini.

Tabel 4. 7 Kebutuhan Teknis dan Target Kebutuhan Teknis

No	Keinginan Konsumen	Kebutuhan Teknis	Target
1	Kelengkapan fasilitas kamar tidur	Melakukan evaluasi dengan menggunakan metode <i>check list</i>	Melakukan pemenuhan daftar <i>check list</i> dengan frekuensi terbanyak sesuai dengan kemampuan pihak hotel
2	Perlengkapan ibadah dalam kondisi layak digunakan	Melakukan pengontrolan peralatan ibadah setiap hari dan menggantinya bila sudah tidak layak pakai.	Perlengkapan sembahyang yang tersedia layak digunakan
3	Pihak hotel cepat tanggap dalam melayani permintaan pelanggan	Melakukan pelatihan pada setiap karyawan dan standardisasi	Membuat SOP penanganan permintaan pelanggan
4	Karyawan hotel mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan	Melakukan penerapan 3S (senyum, salam, sapa)	Pembuatan SOP disertakan jargon yang familiar
5	Karyawan hotel melakukan komunikasi yang baik dan efektif dengan pelanggan	Melakukan pelatihan <i>hard skill</i> teknik berkomunikasi yang baik dan benar	Karyawan dapat berkomunikasi dengan pelanggan secara efektif

Keterangan :

1. Melakukan evaluasi dengan menggunakan metode *check list* bertujuan untuk mengoreksi kelengkapan fasilitas kamar yang sudah ada dan memberikan kesempatan pada pelanggan untuk memberikan kritik atau saran mengenai kekurangan fasilitas kamar yang ada.
2. Melakukan pengontrolan peralatan ibadah setiap hari dan menggantinya bila sudah tidak layak pakai, hal ini bertujuan agar peralatan ibadah yang disediakan oleh pihak hotel selalu dalam kondisi baik.

3. Melakukan pelatihan pada setiap karyawan dan standardisasi bertujuan agar setiap karyawan dapat lebih baik dalam menangani permintaan pelanggan, dengan begitu pelanggan akan lebih merasa puas terhadap layanan yang diberikan. Standardisasi bertujuan agar semua karyawan hotel nugraha mengetahui apa yang harus dilakukan saat pelanggan meminta suatu pelayanan.
4. Melakukan penerapan 3S (senyum, salam, sapa) kepada seluruh pelanggan hotel nugraha yang bertujuan agar pelanggan merasa nyaman saat melakukan kontak dengan karyawan hotel. Hal ini tentu saja akan dapat mengurangi rasa canggung pelanggan terhadap karyawan hotel dan pelanggan tidak akan ragu untuk melakukan permintaan layanan.
5. Melakukan pelatihan *hard skill* teknik berkomunikasi yang baik dan benar agar karyawan hotel dapat dengan baik melakukan komunikasi dengan para pelanggan dan berbelit-belit dalam menjawab setiap pertanyaan yang ditanyakan oleh pelanggan.

4.4.2. Hubungan Keinginan Konsumen Dengan Kebutuhan Teknis

Keinginan dari konsumen seringkali memiliki lebih dari satu makna yang berdampak pada kebutuhan teknis. Hal ini mengakibatkan hubungan antara kebutuhan konsumen dan kebutuhan teknis menjadi kompleks. Hubungan antara keduanya dapat digambarkan menjadi tiga tingkatan sebagai berikut :

1. Kebutuhan teknis memiliki hubungan kuat dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Hubungan ini memiliki nilai 9 dan disimbolkan dengan •.
2. Kebutuhan teknis memiliki hubungan sedang dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Hubungan ini memiliki nilai 3 dan disimbolkan dengan ○.
3. Kebutuhan teknis memiliki hubungan lemah dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Hubungan ini memiliki nilai 1 dan disimbolkan dengan Δ.

Hubungan antara kebutuhan konsumen dengan kebutuhan teknis dapat dilihat pada gambar 4.3 seperti dibawah ini.

No	Atribut	Tingkat kepentingan	Melakukan evaluasi dengan menggunakan metode <i>check list</i>	Melakukan pengontrolan peralatan ibadah setiap hari dan menggantinya bila sudah tidak layak pakai.	Melakukan pelatihan pada setiap karyawan dan standarisasi	Melakukan penerapan 3S (senyum, salam, sapa)	Melakukan pelatihan <i>hard skill</i> teknik berkomunikasi yang baik dan benar
1	Kelengkapan fasilitas kamar tidur	4,07	•				
2	Perlengkapan ibadah dalam kondisi layak digunakan	4,06		•			
3	Pihak hotel cepat tanggap dalam melayani permintaan pelanggan	4,01			•		○
4	Karyawan hotel mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan	4,01				•	•
5	Karyawan hotel melakukan komunikasi yang baik dan efektif dengan pelanggan	3,99					•

Gambar 4. 3 Hubungan Keinginan Konsumen Dengan Kebutuhan Teknis

Keterangan :

1. Kelengkapan fasilitas kamar tidur-Melakukan evaluasi dengan menggunakan metode *check list* (•) : Memiliki hubungan yang kuat karena dengan dilakukannya evaluasi, pihak hotel akan mengetahui apa saja kekurangan fasilitas kamar yang dibutuhkan oleh pelanggan.
2. Perlengkapan ibadah dalam kondisi layak digunakan - Melakukan pengontrolan peralatan ibadah setiap hari dan menggantinya bila sudah tidak layak pakai (•) : Memiliki hubungan yang kuat karena dengan pengontrolan yang rutin pihak hotel dapat mengetahui kondisi peralatan ibadah yang tersedia, sehingga bila terdapat peralatan ibadah yang sudah tidak layak pakai maka pihak hotel dapat segera menggantinya dengan yang baru.
3. Pihak hotel cepat tanggap dalam melayani permintaan pelanggan- Melakukan pelatihan pada setiap karyawan dan standardisasi(•) : Memiliki hubungan yang kuat karena dengan melakukan pelatihan dapat meningkatkan kemampuan karyawan hotel dalam melakukan pelayanan dan karyawan akan lebih terlatih bagaimana cara melayani pelanggan dengan cepat.
4. Pihak hotel cepat tanggap dalam melayani permintaan pelanggan- Melakukan pelatihan *hard skill* teknik berkomunikasi yang baik dan benar(○) : Memiliki hubungan yang sedang karena dengan melakukan pelatihan *hard skill* teknik berkomunikasi yang baik dan benar karyawan akan lebih cepat dan baikakan mempercepat proses pelayanan dan meningkatkan efektifitas karyawan dalam menghadapi pelanggan.
5. Karyawan hotel mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan- Pembuatan SOP disertakan jargon yang familiar(•) : Memiliki hubungan yang kuat karena dengan melakukan pelatihan, karyawan hotel dapat mengetahui cara untuk menjalin hubungan yang baik dan benar antara karyawan dan pelanggan.
6. Karyawan hotel mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan- Melakukan pelatihan *hard skill* teknik berkomunikasi yang baik dan benar(•) : Memiliki hubungan yang kuat karena dengan Melakukan pelatihan *hard skill* teknik berkomunikasi yang baik dan benar karyawan akan lebih mengetahui bagaimana cara agar pelanggan merasa nyaman bila berkomunikasi dengan karyawan hotel sehingga dapat menjalin hubungan yang baik antara dua belah pihak.
7. Karyawan hotel melakukan komunikasi yang baik dan efektif dengan pelanggan-Melakukan pelatihan *hard skill* teknik berkomunikasi yang baik dan benar(•) : Memiliki

hubungan yang kuat karena dengan melakukan pelatihan *hard skill* teknik berkomunikasi yang baik dan benar karyawan akan memahami bagaimana cara berkomunikasi dengan pelanggan secara efektif.

4.4.3. Nilai Kepentingan Absolut dan Nilai Kepentingan Relatif

Dari kebutuhan teknis memiliki dua nilai tingkat kepentingan, yaitu nilai tingkat kepentingan absolut dan nilai tingkat kepentingan relative. Nilai kepentingan ini kemudian nanti akan digunakan untuk menunjukkan prioritas kegiatan mana yang perlu dilaksanakan dahulu. Nilai kepentingan absolut dapat diperoleh dengan persamaan 4.4 seperti dibawah ini.

$$K_t = \sum_{i=1}^n B_{ti} \times H_i \quad (4.4)$$

Dimana :
 K_t = Nilai kepentingan absolut untuk masing-masing atribut.
 B_{ti} = Bobot kepentingan dari keinginan konsumen.
 H_i = Nilai hubungan keinginan konsumen dengan kebutuhan konsumen.

Contoh perhitungan nilai kepentingan absolut untuk kebutuhan teknis “Melakukan evaluasi dengan menggunakan metode *check list*” seperti dibawah ini.

$$K_t = (4,07 \times 9) = 36,63$$

Sedangkan nilai kepentingan rerlatif diperoleh dari hasil bagi antara masing-masing nilai kepentingan absolut dengan total nilai dari kepentingan absolut dikalikan dengan 100%. Rumus yang digunakan ditunjukan oleh persamaan 4.5 seperti dibawah ini.

$$\text{Kepentingan Relatif} = \frac{K_{ti}}{\sum K_{ti}} \times 100\% \quad (4.5)$$

Dimana :
 K_{ti} = Nilai kepentingan absolut kebutuhan teknis
 $\sum K_{ti}$ = Total nilai kepentingan absolut kebutuhan teknis

Contoh perhitungan nilai kepentingan relatif untuk kebutuhan teknis “Melakukan evaluasi dengan menggunakan metode *check list*” seperti dibawah ini.

$$\text{Kepentingan Relatif} = \frac{36,63}{230,64} \times 100\%$$

$$= 15.88$$

Keseluruhan hasil nilai kepentingan absolut, nilai kepentingan relatif, serta rangking kebutuhan teknis yang menjadi prioritas untuk dikembangkan atau diperbaiki dapat dilihat pada tabel 4.9 dibawah ini.

Tabel 4. 8 Nilai Kepentingan Absolut, Kepentingan Relatif, dan Prioritas

Kebutuhan Teknis	Nilai Kepentingan Absolut	Nilai Kepentingan Relatif (%)	Prioritas
Melakukan evaluasi dengan menggunakan metode <i>check list</i>	36.63	15.97	2
Melakukan pengontrolan peralatan ibadah setiap hari dan menggantinya bila sudah tidak layak pakai.	36.54	15.93	3
Melakukan pelatihan pada setiap karyawan dan standardisasi	36.09	15.73	4
Melakukan penerapan 3S (senyum, salam, sapa)	36.09	15.73	5
Melakukan pelatihan <i>hard skill</i> teknik berkomunikasi yang baik dan benar	84.03	36.63	1
Σ	229.38	100	

4.4.4. Arah Pengembangan dan Korelasi Teknikal

Arah pengembangan yaitu arah perubahan yang harus dilakukan terhadap respon kebutuhan teknis untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Simbol-simbol yang digunakan pada ruang arah pengembangan adalah sebagai berikut.

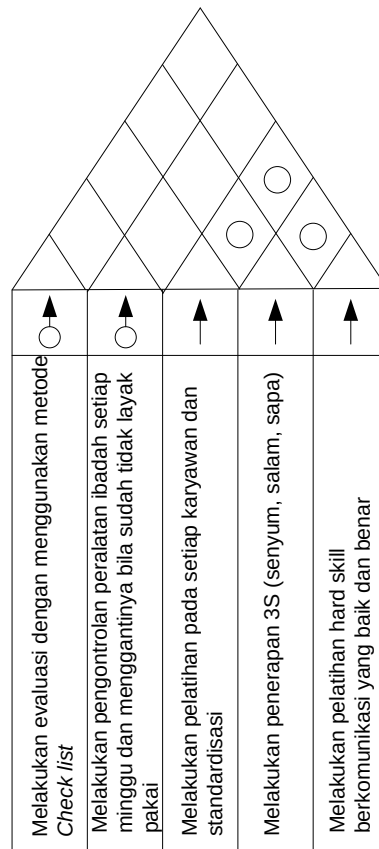
1. ↑, simbol untuk respon teknikal yang akan meningkatkan kepuasan pelanggan apabila dilakukan peningkatan kebutuhan teknik tanpa batasan tertentu.
2. ↓, simbol untuk respon teknikal yang akan meningkatkan kepuasan pelanggan apabila dilakukan pengurangan kebutuhan teknik tanpa batasan tertentu.

3. ○, simbol untuk respon teknikal yang akan memberikan kepuasan pelanggan apabila kebutuhan teknis tetap.
4. (⬆), simbol untuk respon teknikal yang akan meningkatkan kepuasan pelanggan apabila dilakukan peningkatan kebutuhan teknik dengan batasan tertentu.
5. (⬇), simbol untuk respon teknikal yang akan meningkatkan kepuasan pelanggan apabila dilakukan pengurangan kebutuhan teknik dengan batasan tertentu.

Korelasi teknikal yaitu hubungan saling keterkaitan antar kebutuhan teknis yang satu dengan yang lainnya. Pola hubungan teknis dapat disimbolkan sebagai berikut.

1. Korelasi positif, disimbolkan dengan O, hubungan ini terjadi apabila kebutuhan teknis saling mendukung untuk memenuhi keinginan pelanggan.
2. Korelasi negatif, disimbolkan dengan X, hubungan ini terjadi apabila kebutuhan teknis saling bertentangan dalam memenuhi keinginan pelanggan.

Dengan mengetahui pola hubungan antar kebutuhan teknis maka pihak perusahaan yang dalam kasus ini adalah pihak hotel dapat mengetahui kebutuhan teknis yang dapat saling mendukung dapat dilaksanakan secara bersamaan, sedangkan untuk kebutuhan teknis yang saling menghambat atau saling bertentangan dapat dicari jalan penyelesaiannya. Arah pengembangan dan korelasi teknikal selengkapnya dapat dilihat pada gambar 4.4 dibawah ini.



Gambar 4. 4 Arah Pengembangan dan Kolerasi Teknikal

Keterangan :

1. Kebutuhan teknis “Melakukan evaluasi dengan menggunakan metode *check list*” diberikan simbol ↑ karena dengan metode ini saran dan koreksi yang diberikan oleh pelanggan akan semakin baik bila list yang diisikan pelanggan semakin banyak pula, nantinya pihak hotel akan memilih sesuai dengan frekuensi terbanyak untuk dijadikan prioritas perbaikan.
2. Kebutuhan teknis “melakukan pengontrolan peralatan ibadah setiap hari dan menggantinya bila sudah tidak layak pakai” diberikan symbol O karena setelah melakukan pengontrolan yang dilakukan setiap hari, pihak hotel hanya akan mengganti peralatan ibadah yang sudah tak layak pakai.
3. Kebutuhan teknis “Melakukan pelatihan pada setiap karyawan dan standardisasi” diberikan simbol ↑ karena dengan diadakan training merupakan sesuatu pembelajaran yang baru bagaimana cara penerapan dan bagaimana cara pengembangannya. Training merupakan suatu pembelajaran yang bisa dipelajari dan merupakan ilmu pengetahuan yang bisa berkembang sampai kapanpun tanpa mengenal waktu dan tempat.

4. Kebutuhan teknis “Melakukan penerapan 3S (senyum, salam, sapa)” diberikan symbol $\odot$ karena 3S hanya sekedar diterapkan saja dan tidak memerlukan pengembangan.
5. Kebutuhan teknis “Melakukan pelatihan *hard skill* berkomunikasi yang baik dan benar” diberikan symbol $\uparrow$ karena pelatihan berkomunikasi yang baik dan benar sangat penting bagi karyawan, sehingga karyawan mampu menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh karyawan secara baik. Dan semakin sering pelatihan diberikan, maka kemampuan berkomunikasi karyawan akan semakin baik pula.

4.4.5. Pengukuran Kuantitatif Identifikasi Prioritas

Fase ini memberikan tambahan dalam informasi yang nantinya akan digunakan dalam tahap pengembangan selanjutnya. Diantaranya sebagai berikut :

1. *Goal* (Target/Tujuan)

Goal merupakan target peningkatan dari penelitian kompetitif konsumen atau level performansi yang ingin dicapai perusahaan/institusi untuk memenuhi keinginan konsumen. Ditentukan secara subyektif oleh pihak yang melakukan perbaikan atau pengembangan dimana nilainya berkisar antara 1-5. Dalam penelitian ini digunakan nilai 4,5 untuk goal.

2. *Sales Point*

Sales Point merupakan kebutuhan konsumen yang dijadikan sebagai nilai jual atau nilai lebih yang akan mempengaruhi kompetisi dipasar. Dalam HOQ (*House Of Quality*) *sales point* ditandai dengan simbol ($\odot$), dan mempunyai bobot sebesar 1,2. Adapun kebutuhan konsumen yang tidak dijadikan *sales point* mempunyai bobot sebesar 1.

3. *Improvement Ratio*

Improvement Ratio diperoleh dari hasil pembagian goal (tujuan) dengan tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja hotel sekarang.

4. Bobot baris

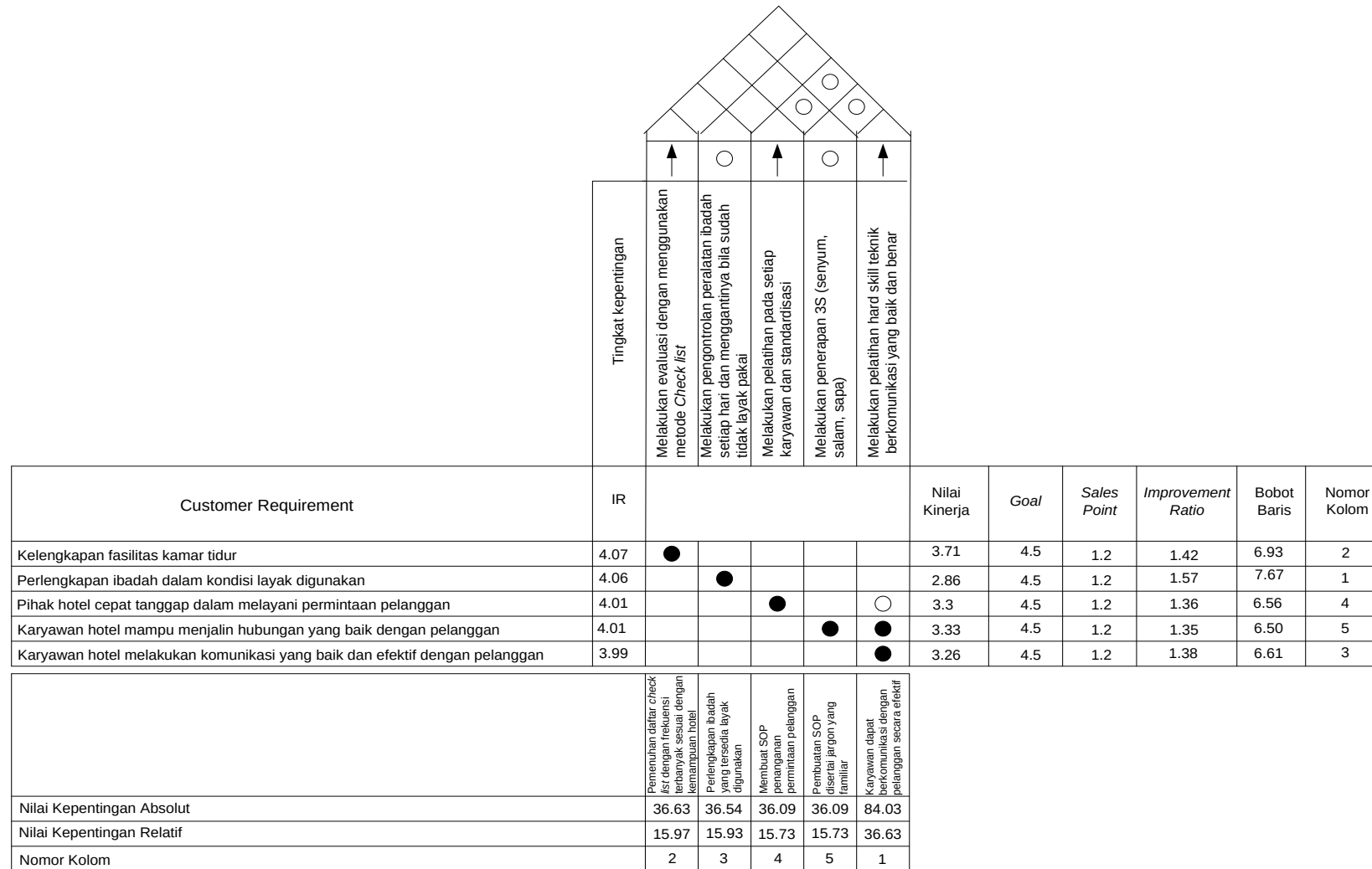
Besar kecilnya bobot baris menunjukkan tingkat prioritas pengambilan suatu tindakan guna memperbaiki kualitas pelayanan. Kebutuhan konsumen yang mempunyai berat bobot baris yang paling besar berarti memperoleh prioritas terlebih dahulu untuk dilakukan suatu tindakan guna memperbaiki kualitas pelayanan dan segala sesuatu yang mendukung atau berhubungan dengan pelayanan tersebut. Nilai bobot baris didapatkan dari hasil perkalian tingkat kepentingan, *sales point*, dan *improvement ratio*.

Hasil keseluruhan pengukuran kuantitatif identifikasi prioritas dapat dilihat pada tabel 4.9

Tabel 4. 9 Pengukuran Kuantitatif Identifikasi Prioritas

Kebutuhan Teknis	Tingkat Kepentingan	Indeks Kinerja	<i>Goal</i>	<i>Sales Point</i>	<i>Improvement Ratio</i>	Bobot Baris	Nomor Kolom
Kelengkapan fasilitas kamar tidur	4.07	3.17	4.5	1,2	1.42	6.93	2
Perlengkapan ibadah dalam kondisi layak digunakan	4,06	2.86	4.5	1,2	1.57	7.67	1
Pihak hotel cepat tanggap dalam melayani permintaan pelanggan	4,01	3.30	4.5	1,2	1.36	6.56	4
Karyawan hotel mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan	4,01	3.33	4.5	1,2	1.35	6.50	5
Karyawan hotel melakukan komunikasi yang baik dan efektif dengan pelanggan	3.99	3.26	4.5	1,2	1.38	6.61	3

4.4.6. House Of Quality (HOQ)



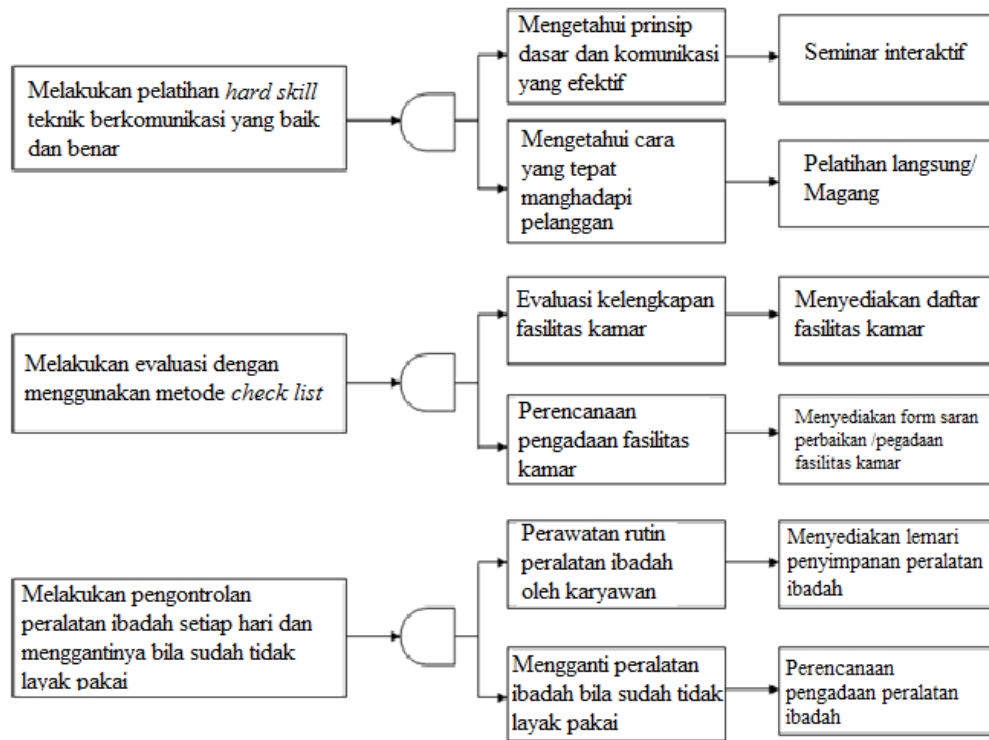
Gambar 4. 5 HOQ

Pada HOQ diatas diketahui keinginan konsumen, kebutuhan teknis untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut, dan nilai prioritas yang memperhatikan tingkat kepentingan tindakan pengembangan yang harus segera dilakukan. Analisis HOQ sangat penting sekali sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan selanjutnya, karena ada kemungkinan bahwa tidak semua keinginan konsumen dapat dipenuhi. Maka dari itu diperlukan pengambilan keputusan mengenai pemilihan kebutuhan teknis yang semestinya dimasukan dalam tahap selanjutnya yaitu matriks *part deployment*. Keputusan ini berdasarkan pertimbangan dari bobot baris keinginan konsumen, serta kebutuhan teknis yang banyak mempengaruhinya, serta tingkat kesulitannya atau prospek dalam pengembangan kebutuhan teknis tersebut. Berdasarkan pada HOQ yang ditunjukkan oleh gambar 4.4 dipilih 3 kebutuhan teknis yang berdasarkan kriteria pengambilan yaitu :

1. Melakukan pelatihan *hard skill* teknik berkomunikasi yang baik dan benar
2. Melakukan evaluasi dengan menggunakan metode *check list*
3. Melakukan pengontrolan peralatan ibadah setiap hari dan menggantinya bila sudah tidak layak pakai

4.4.7. Matrik *Part Deployment*

Matriks *part deployment* berisi mengenai pengembangan kebutuhan teknis yang telah terpilih dari hasil HOQ. Kebutuhan teknis akan berubah menjadi kebutuhan utama untuk dicantumkan sebagai baris pada bagian kiri rumah. Sedangkan pada kolom merupakan atap adalah *part* kritis yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan teknis. Salah satu cara untuk mengetahui *part* kritis adalah dengan menggunakan *fault tree analysis* yang digunakan untuk mencari elemen-elemen yang diperkirakan sebagai penyebab terjadinya ketidak sesuaian target dengan kebutuhan teknis.



Gambar 4. 6 Fault Tree Analisis

Part yang berasal dari kebutuhan teknis yang terpilih dari rumah pertama akan menjadi input bagi matriks *part deployment*. Sama dengan rumah pertama, berat kolom didapat dari perkalian antara tingkat kepentingan dengan nilai hubungan antara kebutuhan teknis dan *critical part requirement*. Ada tiga jenis hubungan antara kebutuhan teknis dan *critical part requirement*, yaitu hubungan kuat yang bernilai 9, hubungan sedang yang bernilai 3, dan hubungan lemah yang bernilai 1.

Pada matriks *part deployment* terdapat nilai tingkat yang didapat dengan melihat nilai bobot kolom terbesar dari HOQ dengan skala tertinggi 5. Pada atribut teknis melakukan pelatihan *hard skill* teknik berkomunikasi yang baik dan benar memiliki nilai tingkat kepentingan 5, karena pada atribut teknis tersebut memiliki bobot kolom tertinggi. Sedangkan untuk nilai tingkat kepentingan atribut teknis berikutnya didapatkan sesuai dengan bobot kolom masing-masing atribut teknis.

Nilai dari bobot untuk masing-masing *critical part requirement* dapat dicari dengan menggunakan sebagai berikut :

$$B_{ti} = \sum_{i=1}^n H_{tix} C_i$$

Dimana : Bti = Bobot kolom ke-i
 Hti = Bobot hubungan korelasi
 Ci = Nilai tingkat kepentingan

Matriks part deployment selengkapnya dapat dilihat pada gambar 4.6 dibawah ini :

<i>Technical Requirement</i>	Target	<i>Critical Part Requirement</i>	Seminar interaktif	Pelatihan langsung/Magang	Evaluasi kelengkapan fasilitas kamar	Perencanaan pengadaan fasilitas kamar	Menyediakan tempat penyimpanan peralatan ibadah	Perencanaan pengadaan peralatan ibadah
Melakukan pelatihan hard skill teknik berkomunikasi yang baik dan benar	Karyawan dapat berkomunikasi dengan pelanggan secara efektif	5	9	9	3	1		1
Melakukan evaluasi dengan menggunakan metode <i>check list</i>	Melakukan pemenuhan daftar check list dengan frekuensi terbanyak sesuai dengan kemampuan pihak hotel	4		3	9	9		3
Melakukan pengontrolan peralatan ibadah setiap hari dan menggantinya bila sudah tidak layak pakai	Perlengkapan ibadah yang tersedia layak digunakan	3		9			9	9
Bobot kolom			45	84	51	41	27	44
Nomor kolom			3	1	2	5	6	4

Gambar 4. 7 Matrik *part deployment*

BAB V

PEMBAHASAN

5.1. Analisis data kuisisioner

5.1.1. Uji Kecukupan Data

Berdasarkan perhitungan Uji Kecukupan Data yang terdapat pada pengolahan data, dengan tingkat kepercayaan 90% dan *error* 10% didapatkan jumlah data sampel minimal yaitu 68 data. Dengan pengambilan data sampel sebanyak 70 kuesioner (68 kuisisioner sah dan 2 kuesioner tidak sah), dianggap sudah cukup mewakili sebagai sampel dari suatu populasi karena data minimal yang dibutuhkan hanya 68 kuesioner.

5.1.2. Uji validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 21 *for windows* yang hasilnya dapat dilihat pada *Corrected Item-Total Correlation*. Hasil yang didapatkan nilai r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} untuk semua atribut. Ini berarti atribut-atribut kuesioner telah mampu mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan atribut tersebut. Misalnya pada atribut 1 (kapasitas hotel yang besar) pada data kepuasan nilai $r_{hitung} = 0.559$ lebih besar dari nilai $r_{tabel} = 0.235$.

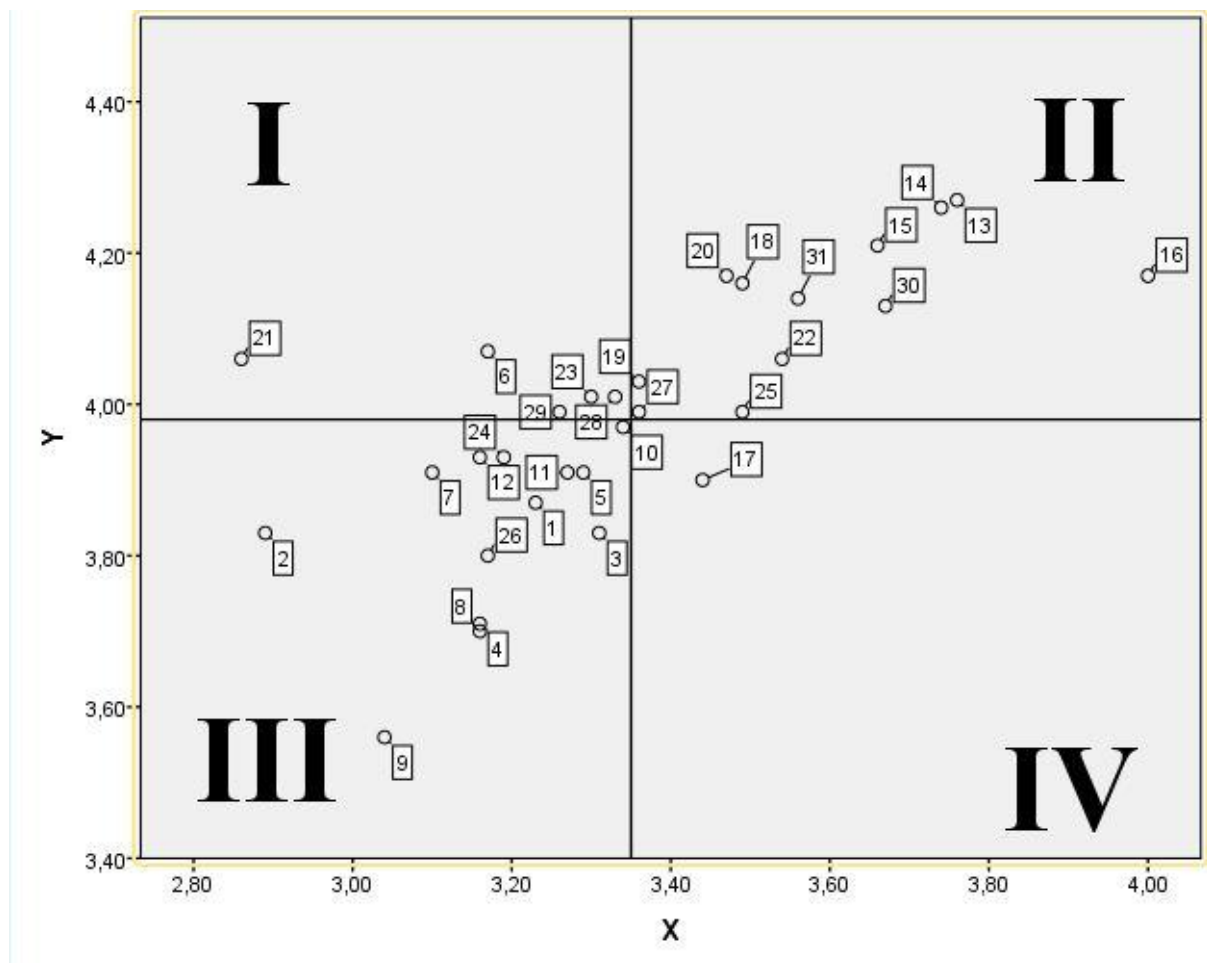
5.1.3. Uji Reliabilitas

Pengolahan data dengan menggunakan Hasil perhitungan *software* SPSS 21 *for Windows* untuk uji reliabilitas dapat dilihat pada *cronbach's alpha*, yaitu sebesar 0.978 untuk tingkat kepentingan dan 0.957 untuk tingkat kinerja. Koefisien reliabilitas mendekati 1, maka kuesioner dikatakan reliable atau memiliki reliabilitas yang baik. Selain itu, nilai $r_{cronbach's\ alpha}$ 0.978 lebih besar dari pada r_{tabel} yaitu 0.235. dapat disimpulkan bahwa atribut-atribut kuesioner dapat memperlihatkan kemantapan atau stabilitas pada hasil

pengamatan bila diukur dengan atribut-atribut tersebut. Berapapun atribut-atribut diulangkan beberapa kali untuk beberapa kali pengamatan.

5.2. Importance Performance Analysis (IPA)

Hasil perhitungan nilai rata-rata skor kinerja dan rata-rata skor kepentingan yang kemudian akan dipetakan dalam diagram kartesius, yang bertujuan untuk mengetahui letak atribut terdapat pada kuadran berapa. Pengukuran tingkat kesesuaian dilakukan untuk mencari urutan prioritas perbaikan layanan.



Gambar 5. 1 Diagram Kartesius

Berdasarkan pemetaan dari diagram kartesius di atas, atribut-atribut pertanyaan dapat dikelompokkan kedalam kuadran masing-masing, yaitu sebagai berikut.

5.2.1. Kuadran I

Kuadran I merupakan kuadran yang berisi atribut dengan kepentingan tinggi, namun kepuasan yang didapat oleh pelanggan rendah sehingga menjadi prioritas utama untuk diperbaiki. Sehingga pihak hotel harus meningkatkan kinerjanya secara optimal, caranya adalah pihak hotel melakukan perbaikan secara terus menerus sehingga *performance* atribut yang ada dalam kuadran ini meningkat. Adapun atribut yang masuk ke dalam kuadran ini yaitu kelengkapan fasilitas kamar tidur (6), Perlengkapan ibadah dalam kondisi layak digunakan (21), Pihak hotel cepat tanggap dalam melayani permintaan pelanggan (23), Karyawan hotel mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan (28), dan Karyawan hotel melakukan komunikasi yang baik dan efektif dengan pelanggan (29).

Tabel 5. 1 Atribut-atribut yang berada pada kuadran I

No	Atribut Kuesioner	Dimensi	TK (%)	$\bar{X}$	$\bar{Y}$
1	Kelengkapan fasilitas kamar tidur	<i>Tamgible</i>	77.89	222	285
2	Perlengkapan ibadah dalam kondisi layak digunakan	<i>Reliability</i>	70.42	200	284
3	Pihak hotel cepat tanggap dalam melayani permintaan pelanggan	<i>Responsiveness</i>	82.21	231	281
4	Karyawan hotel mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan	<i>Empathy</i>	82.92	233	281
5	Karyawan hotel melakukan komunikasi yang baik dan efektif dengan pelanggan	<i>Empathy</i>	81.72	228	279

5.2.2. Kuadran II

Kuadran II menunjukkan bahwa kinerja atribut yang ada di kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi diatas rata-rata tingkat kepentingan semua atribut. Selain itu, atribut yang ada di kuadran ini juga memiliki tingkat kinerja yang tinggi dari semua rata-rata atribut. Sehingga pada atribut yang berada di kuadran II ini perlu dipertahankan, akan tetapi bukan berarti pada kuadran ini taribut tidak perlu ditingkatkan *performance* nya. Atribut-atribut yang kinerjanya perlu dipertahankan yaitu Keamanan lingkungan (13), Kesegaran, kesehatan, dan rasa makanan dan minuman yang disajikan (14), Keramahan dan kesopanan karyawan kepada pelanggan (15), Jadwal makanan tepat waktu (16), Fasilitas kamar tidur dalam kondisi baik/layak digunakan (18), Fasilitas kamar mandi bekerja dengan baik (19), Kamar mandi yang bersih dan tidak berbau (20), Karyawan hotel memberikan pelayanan yang maksimal (22), Keritik yang disampaikan pelanggan menjadi pertimbangan untuk meningkatkan kualitas hotel

(25), pihak hotel memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan secara tepat (27), Karyawan hotel melayani pelanggan dengan ramah tanpa memandang status sosial (30), dan Kesabaran karyawan hotel dalam melayani pelanggan (31).

Tabel 5. 2 Atribut-atribut yang berada pada kuadran II

No	Atribut Kuesioner	Dimensi	TK (%)	$\bar{X}$	$\bar{Y}$
1	Keamanan lingkungan	<i>Tamgible</i>	87.96	263	299
2	Kesegaran, kesehatan, dan rasa makanan dan minuman yang disajikan	<i>Reliability</i>	87.92	262	298
3	Keramahan dan kesopanan karyawan kepada pelanggan	<i>Responsiveness</i>	86.78	256	295
4	Jadwal makanan tepat waktu	<i>Empathy</i>	95.89	280	292
5	Fasilitas kamar tidur dalam kondisi baik/layak digunakan	<i>Empathy</i>	244	291	83.85
6	Fasilitas kamar mandi bekerja dengan baik	<i>Reliability</i>	235	282	83.33
7	Kamar mandi yang bersih dan tidak berbau	<i>Reliability</i>	243	292	83.22
8	Karyawan hotel memberikan pelayanan yang maksimal	<i>Reliability</i>	248	284	87.32
9	Keritik yang disampaikan pelanggan menjadi pertimbangan untuk meningkatkan kualitas hotel	<i>Responsiveness</i>	244	279	87.46
10	pihak hotel memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan secara tepat	<i>Responsiveness</i>	235	279	84.23
11	Karyawan hotel melayani pelanggan dengan ramah tanpa memandang status sosial	<i>Empathy</i>	257	289	88.93
12	Kesabaran karyawan hotel dalam melayani pelanggan	<i>Empathy</i>	249	290	85.86

5.2.3. Kuadran III

Kuadran III menunjukkan bahwa atribut pada kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang rendah. Selain itu tingkat kinerja yang dirasakan oleh para pelanggan pun rendah. Akan tetapi bukan berarti atribut-atribut yang berada pada kuadran ini tidak menjadi hal yang harus diperhatikan, karena di masa yang akan datang atribut tersebut bisa menjadi hal yang penting bagi pelanggan. Maka dari itu atribut-atribut pada kuadran ini bukan prioritas untuk dilakukannya perbaikan. Adapun atribut-atribut yang berada pada kuadran II yaitu Kapasitas hotel yang besar (1), kapasitas mushola mampu mengakomodasi pelanggan yang ada (2), ketersediaan area tempat parkir yang luas (3), kelengkapan fasilitas ruang santai (4), ukuran kamar tidur yang luas (5), kelengkapan fasilitas kamar mandi (7), kelengkapan fasilitas ruang resepsionis/kantor (8), taman yang tertata rapih (9), karyawan berpenampilan rapih, bersih, dan menarik (10), kesesuaian harga yang ditawarkan dengan fasilitas dan pelayanan yang didapat

(11), pelayanan resepsionis/kantor 24 jam (12), kemudahan pelanggan untuk menghubungi pihak hotel (24), dan pihak hotel menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara cepat (26).

Tabel 5. 3 Atribut-atribut yang berada pada kuadran III

No	Atribut Kuesioner	Dimensi	TK (%)	$\bar{X}$	$\bar{Y}$
1	Kapasitas hotel yang besar	<i>Tangibles</i>	83.39	226	271
2	kapasitas mushola mampu mengakomodasi pelanggan yang ada	<i>Tangibles</i>	75.37	202	268
3	ketersediaan area tempat parkir yang luas	<i>Tangibles</i>	86.57	232	268
4	kelengkapan fasilitas ruang santai	<i>Tangibles</i>	85.00	221	260
5	ukuran kamar tidur yang luas	<i>Tangibles</i>	83.94	230	274
6	kelengkapan fasilitas kamar mandi	<i>Tangibles</i>	217	274	79.20
7	kelengkapan fasilitas ruang resepsionis/kantor	<i>Tangibles</i>	221	259	85.33
8	taman yang tertata rapih	<i>Tangibles</i>	213	249	85.54
9	karyawan berpenampilan rapih, bersih, dan menarik	<i>Tangibles</i>	234	278	84.17
10	kesesuaian harga yang ditawarkan dengan fasilitas dan pelayanan yang didapat	<i>Assurance</i>	229	274	83.58
11	pelayanan resepsionis/kantor 24 jam	<i>Assurance</i>	221	275	80.36
12	kemudahan pelanggan untuk menghubungi pihak hotel	<i>Responsiveness</i>	223	275	81.09
13	pihak hotel menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara cepat	<i>Responsiveness</i>	222	266	83.46

5.2.4. Kuadran IV

Kuadran IV menampilkan atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, tetapi performansi hotel nugraha sangat baik menurut pelanggan. Karena atribut pada kuadran ini memiliki tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan yang tinggi, maka atribut pada kuadran ini bukan prioritas untuk perbaikan. Atribut yang berada pada kuadran ini yaitu.

Tabel 5. 4 Atribut-atribut yang berada pada kuadran IV

No	Atribut Kuesioner	Dimensi	TK (%)	$\bar{X}$	$\bar{Y}$
1	Proses administrasi yang cepat dan akurat	<i>Reliability</i>	88.28	241	273

5.3. *Quality Function Deployment (QFD)*

5.4.1. Transformasi dan Target Kebutuhan Teknis

Untuk menyusun sebuah HOQ, langkah awal yang harus kita lakukan adalah mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen yang nantinya akan menjadi kebutuhan teknis yang memiliki parameter yang jelas dan dipahami. Dalam kebutuhan teknis ini haruslah memiliki arah yang jelas apa yang ingin dicapai atau biasa disebut sebagai target. Penerjemahan keinginan konsumen menjadi kebutuhan teknis beserta target yang ingin dicapai dapat dilihat lebih jelasnya pada tabel 4.7.

5.4.2. Hubungan Keinginan Konsumen Dengan Kebutuhan Teknis

Keinginan konsumen memiliki keterkaitan dengan beberapa kebutuhan teknis. Sebelum menentukan prioritas, diperlukan parameter penilaian yang jelas. Diantara parameter tersebut haruslah ditentukan seberapa kuat hubungan kebutuhan teknis dalam memenuhi keinginan konsumen. Hubungan ini memiliki tingkatan yang dibagi menjadi 3 yaitu hubungan kuat (•) yang memiliki nilai 9, hubungan sedang (◦) yang memiliki nilai 3, dan hubungan lemah (Δ) yang memiliki nilai 1. Lebih jelasnya hubungan antara keinginan konsumen dan kebutuhan teknis dapat dilihat pada gambar 4.3.

5.4.3. Nilai Kepentingan Absolut dan Nilai Kepentingan Relatif

Perhitungan nilai kepentingan absolut dan nilai kebutuhan relatif untuk kebutuhan teknis bertujuan agar mendapatkan prioritas tindakan perbaikan yang perlu diprioritaskan terlebih dahulu. Besar tidaknya nilai tersebut memperlihatkan seberapa besar pengaruh kebutuhan teknis untuk memenuhi keinginan pelanggan. Bila kebutuhan teknis memiliki nilai kepentingan relative tinggi sebaiknya menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan atau pengembangan. Urutan prioritas perbaikan kebutuhan teknis yang harus dilakukan dalam penelitian ini yaitu :

1. Melakukan pelatihan *hard skill* teknik berkomunikasi yang baik dan benar
2. Melakukan evaluasi dengan menggunakan metode *check list*
3. Melakukan pengontrolan peralatan ibadah setiap hari dan menggantinya bila sudah tidak layak pakai.
4. Melakukan pelatihan pada setiap karyawan dan standardisasi
5. Melakukan penerapan 3S (senyum, salam, sapa)

5.4.4. Arah Pengembangan dan Korelasi Teknikal

Arah pengembangan merupakan arah perubahan yang harus dilakukan oleh perusahaan terhadap respon kebutuhan teknis untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Arah pengembangan pada atribut Melakukan evaluasi dengan menggunakan metode *check list*, Melakukan pengontrolan peralatan ibadah setiap hari dan menggantinya bila sudah tidak layak pakai yaitu ditingkatkan dengan batasan tertentu. Sedangkan atribut Melakukan pelatihan pada setiap karyawan dan standardisasi, Melakukan penerapan 3S (Senyum, Salam, Sapa), dan Melakukan pelatihan *hard skill* teknik berkomunikasi yang baik dan benar yaitu ditingkatkan tanpa batasan tertentu.

Pada korelasi teknikal dapat diketahui hubungan saling keterkaitan antar kebutuhan teknis yang satu dan lainnya. Hubungan ini dapat berupa hubungan yang saling mendukung atau saling bertentangan sehingga dapat dicari solusinya. Pada penelitian ini hubungan yang terdapat pada korelasi teknikal adalah hubungan yang saling mendukung. Kebutuhan teknis yang saling mendukung satu sama lain yaitu melakukan pelatihan pada setiap karyawan dan standardisasi saling mendukung dengan kebutuhan teknis melakukan penerapan 3S (Senyum, Salam, Sapa), kebutuhan teknis melakukan pelatihan pada setiap karyawan dan standardisasi saling mendukung dengan kebutuhan teknis melakukan pelatihan *hard skill teknik* berkomunikasi yang baik dan benar, kebutuhan teknis melakukan penerapan 3S (Senyum, Salam, Sapa) saling mendukung dengan melakukan pelatihan pada setiap karyawan dan standardisasi.

5.4.5. Pengukuran Kuantitatif Identifikasi Prioritas

Pada fase ini akan memberikan tambahan informasi yang nantinya akan digunakan dalam tahap pengembangan berikutnya untuk mengetahui tingkat prioritas keinginan pelanggan yang harus menjadi perhatian yang harus diperbaiki dan dikembangkan. Pada fase ini terdapat *Goal* yaitu target peningkatan level performansi yang ingin dicapai perusahaan untuk memenuhi keinginan pelanggan. *Goal* ditentukan secara subjektif oleh pihak yang melakukan perbaikan atau pengembangan dimana nilai berkisar antara 1 sampai dengan 5. Pada penelitian ini menggunakan nilai 4.5 untuk *goal*.

Sales point yaitu kebutuhan konsumen yang dijadikan sebagai nilai lebih yang akan mempengaruhi kompetisi dipasar. *Sales point* pada HOQ diberi simbol (⊙) dan mempunyai bobot sebesar 1.2 dan bila tidak menjadi *sales point* akan diberikan bobot 1. *Improvement Ratio* didapat dari hasil pembagian *goal* dengan tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan. Bobot baris menunjukkan tingkat prioritas dalam melakukan perbaikan atau pengembangan, kebutuhan konsumen yang memiliki bobot baris yang paling besar akan mendapat prioritas terlebih dahulu untuk dilakukannya tindakan perbaikan. Nilai bobot baris didapat dari perkalian tingkat kepentingan, *sales point*, dan *improvement ratio*.

Urutan tingkat prioritas atribut berdasarkan nilai bobot kolom dari yang terbesar hingga terkecil sebagai berikut :

1. Perlengkapan ibadah dalam kondisi layak digunakan
2. Kelengkapan fasilitas kamar tidur
3. Karyawan hotel melakukan komunikasi yang baik dan efektif dengan
4. Pihak hotel cepat tanggap dalam melayani permintaan pelanggan
5. Karyawan hotel mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan

5.4.6. House Of Quality (HOQ)

Pada nyatanya tidak semua keinginan pelanggan dapat dipenuhi oleh perusahaan. Maka dari itu diperlukan pengambilan keputusan tepat yang mana semestinya dimasukan dalam tahap selanjutnya yaitu matriks *part deployment*. Keputusan ini berdasarkan pertimbangan dari bobot baris keinginan konsumen, serta kebutuhan teknis yang banyak mempengaruhinya, serta tingkat kesulitannya atau prospek dalam pengembangan kebutuhan teknis tersebut. Berdasarkan pada HOQ terpilih 3 kebutuhan teknis yang memiliki nilai bobot terbesar yaitu :

1. Melakukan pelatihan *hard skill* teknik berkomunikasi yang baik dan benar
2. Melakukan evaluasi dengan menggunakan metode *check list*
3. Melakukan pengontrolan peralatan ibadah setiap hari dan menggantinya bila sudah tidak layak pakai

5.4.7. *Fault Tree Analysis*

Fault tree analysis digunakan untuk membantu mengidentifikasi *part* kritis pada *matriks part deployment*. *Fault tree analysis* berfungsi untuk menganalisis elemen-elemen yang diperkirakan dapat menjadi penyebab ketidaksesuaian target dengan kebutuhan teknis.

Pada atribut teknis melakukan pelatihan teknis berkomunikasi yang baik dan benar terdapat dua faktor yang menyebabkan kebutuhan tidak sesuai dengan target, faktor pertama yaitu mengetahui prinsip dasar dan komunikasi yang efektif. Pada faktor ini solusi permasalahannya yaitu melakukan seminar interaktif. Untuk faktor kedua yaitu mengetahui cara yang tepat menghadapi pelanggan. Pada faktor ini solusi permasalahannya yaitu pelatihan langsung/magang.

Pada atribut teknis melakukan evaluasi dengan menggunakan metode *check list* terdapat dua faktor yang menyebabkan kebutuhan tidak sesuai dengan target, faktor pertama yaitu evaluasi kelengkapan fasilitas kamar. Pada faktor ini solusi permasalahannya yaitu menyediakan daftar fasilitas kamar. Untuk faktor kedua yaitu perencanaan pengadaan fasilitas kamar. Pada faktor ini solusi permasalahannya yaitu menyediakan form saran perbaikan/pengadaan fasilitas kamar.

Pada atribut teknis melakukan pengontrolan peralatan ibadah setiap hari dan menggantinya bila sudah tidak layak pakai terdapat dua faktor yang menyebabkan kebutuhan tidak sesuai dengan target, faktor pertama yaitu perawatan rutin peralatan ibadah oleh pihak hotel. Pada faktor ini solusi permasalahannya yaitu menyediakan tempat penyimpanan peralatan sembahyang. Untuk faktor kedua yaitu mengganti peralatan ibadah bila sudah tidak layak pakai. Pada faktor ini solusi permasalahannya yaitu perencanaan pengadaan peralatan ibadah.

5.4.8. Matriks *part deployment*

Pada matriks *part deployment* berisi tentang kebutuhan teknis yang terpilih dari hasil matriks *House Of Quality* (HOQ) yang nantinya akan dikembangkan lebih spesifik lagi. Pada analisa ini akan menghasilkan tingkat prioritas dikakukannya perbaikan. Kebutuhan teknis akan berubah menjadi kebutuhan utama yang nantinya akan dicantumkan sebagai baris pada bagian kiri rumah. Pada kolom yang merupakan atap adalah *part* kritis yang dipakai untuk memenuhi kebutuhan teknis yang dihasilkan dari *fault tree analysis*. Dibagian bawah terdapat bobot kolom yang memperlihatkan seberapa besar pengaruh dari kebutuhan teknis tersebut. Semakin besar nilainya maka semakin tinggi pula prioritasnya untuk didahulukan. Dari tahap ini didapatkan urutan kebutuhan teknis mulai dari prioritas tinggi hingga rendah. Urutan kebutuhan teknis sebagai berikut :

1. Pelatihan langsung/Magang
2. Menyediakan daftar fasilitas kamar
3. Seminar interaktif
4. Perencanaan pengadaan peralatan ibadah
5. Menyediakan form saran perbaikan/pengadaan fasilitas kamar
6. Menyediakan lemari pentimpana peralatan ibadah

5.4.9. Rancangan Usulan Perbaikan Pelayanan

Desain pelayanan berbasis kepuasan pelanggan guna meningkatkan kinerja dari Hotel Nugraha berdasarkan dari hasil penggabungan hasil analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) yang kemudiandi integrasikan kedalam *Quality Function Deployment* (QFD), dan matriks *part deployment* sebagai alat pengembangannya. Desain pelayanan yang dihasilkan sebagai berikut :

1. Seminar Interaktif

Melakukan seminar interaktif yang ditujukan untuk para karyawan hotel nugraha guna meningkatkan kemampuan berkomunikasi dengan pelanggan. Pada seminar interaktif akan diberitakan kepada karyawan tentang prinsip dasar berkomunikasi yang baik, cara berkomunikasi yang efektif, serta mempraktekan apa yang telah disampaikan oleh pemateri. Terlebih lagi karyawan bisa melakukan tanya jawab pada seminar tersebut tentang kekurangan personal dari karyawan tersebut. Diharapkan dengan diadakannya

seminar interaktif ini dapat mematangkan kemampuan karyawan tentang bagaimana cara menghadapi pelanggan dengan baik.

2. Pelatihan langsung/Magang

Pelatihan langsung/Magang bertujuan agar calon karyawan mendapatkan pengalaman kerja yang cukup. Calon karyawan akan menjalani masa magang selama 3 bulan untuk melihat performansinya selama bekerja. Dengan dilakukannya pelatihan ini diharapkan calon karyawan dapat mengetahui masalah-masalah apa saja yang dapat terjadi di lingkungan kerja, mampu mengatasi masalahnya sendiri dalam menghadapi pelanggan, dan bagai mana bersikap yang tepat bila sedang berhadapan dengan pelanggan.

3. Menyediakan daftar fasilitas kamar

Dengan menyediakan daftar fasilitas kamar, pelanggan dapat memberi koreksi terhadap fasilitas kamar yang kurang baik. Selain itu bila terdapat kekurangan fasilitas pada kamar tersebut maka pihak hotel dapat mengetahuinya dengan segera dan melakukan perbaikan sesegera mungkin agar kepuasan pelanggan terjaga. Diharapkan dengan dilakukannya penyediaan daftar fasilitas kamar ini pihak hotel dapat terus menjaga kehandalam dan kelengkapan fasilitas kamar hotel.

4. Menyediakan form saran perbaikan/pengadaan fasilitas kamar

Form saran perbaikan/pengadaan fasilitas kamar bertujuan untuk mengetahui keinginan dari pelanggan mengenai penambahan dari fasilitas kamar hotel. Dari berbagai macam penambahan fasilitas yang diinginkan pelanggan, akan dipilih frekuensi terbesar untuk pertimbangan penambahan fasilitas tersebut. Tentunya hal ini perlu dipertimbangkan secara baik dilihat dari kemampuan pihak hotel dalam pemenuhan penambahan fasilitas kamar dan keseimbangan harga kamar yang ditawarkan dengan fasilitas kamar yang ada.

5. Menyediakan lemari untuk penyimpanan peralatan ibadah

Menyediakan lemari untuk menyimpan peralatan ibadah bertujuan untuk menjaga peralatan ibadah agar tidak kotor dan rusak. Selain itu dengan disediakannya lemari penyimpanan ini peralatan ibadah akan tertata dengan rapih dan terhindar dari debu. Diharapkan dengan disediakan lemari penyimpana ini peralatan ibadah yang disediakan oleh pihak hotel akan selalu dalam kondisi yang baik dan layak untuk digunakan.

6. Perencanaan pengadaan peralatan ibadah

Perencanaan pengadaan peralatan ibadah dilakukan bila ada peralatan ibadah yang dirasa sudah tidak layak untuk dipakai. Langkah ini dilakukan demi menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan hotel terhadap fasilitas yang disediakan.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Hotel Nugraha, dengan teknik penyebaran kuesioner kepada para pelanggan didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap fasilitas dan pelayanan yang telah diberikan secara keseluruhan belum sepenuhnya memuaskan, karena hanya 15 dari 31 atribut kualitas pelayanan yang menunjukkan nilai tingkat kesesuaian diatas/sama dengan rata-rata tingkat kesesuaian yaitu 83.97%.
2. Berdasarkan perhitungan pada *Importance Performance Analysis*, diketahui bahwa atribut-atribut yang memiliki prioritas perbaikan segera (berada pada kuadran I) yaitu Kelengkapan fasilitas kamar tidur, Perlengkapan ibadah dalam kondisi layak digunakan, Pihak hotel cepat tanggap dalam melayani permintaan pelanggan, Karyawan hotel mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, dan Karyawan hotel melakukan komunikasi yang baik dan efektif dengan pelanggan.
3. Berdasarkan hasil analisa dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD), untuk memenuhi kepuasan pelanggan, tindakan yang harus dilakukan oleh pihak hotel nugraha untuk memenuhi kebutuhan teknis berdasarkan kebutuh prioritas tertinggi adalah Pelatihan langsung/Magang untuk calon karyawan hotel, Menyediakan daftar fasilitas kamar, Seminar interaktif, Perencanaan pengadaan peralatan ibadah, Menyediakan form saran perbaikan/pengadaan fasilitas kamar, dan Menyediakan lemari penyimpanan perlengkapan ibadah.

6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan. Maka diberikan beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Hotel Nugraha. Adapun saran-saran yang diberikan bagi pihak hotel sebagai berikut :

1. Pihak hotel perlu meningkatkan performansi dari atribut yang masih lemah dimata pelanggan, agar nilai kepuasan pelanggan meningkat. Dan atribut yang sudah memiliki performansi yang baik harus dipertahankan.
2. Hasil peneilitian ini diharapkan menjadi bahan masukan dan evaluasi bagi pihak hotel nugraha untuk melakukan tindakan perbaikan pelayanan dan fasilitas hotel.
3. Masih ada kekurangan yang terdapat pada analisis dan penyusunan QFD. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa mencari solusi yang lebih baik untuk dapat meningkatkan performansi perusahaan, namun tetap mempertahankan keunggulan yang sudah baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (1997). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Atina. (2010). *Analisis Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Dalam Memberikan Pelayanan Kesehatan Di Rumah Sakit Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Potential Gain In Customer Value's*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Cohen, L. (1995). *Qualiti Function Deployment (How To Make QFD Work For You)*. Massachussets: Addison Wesley Publising Company.
- Cooper, D., & Shindler, P. (2006). *Metode Riset Bisnis Volume 2*. Jakarta: PT. Media Global Edukasi.
- Djati, I. (2003). *Perencanaan dan Pengembangan Produk (Product, Planing, And Design)*. Yogyakarta: UII Press Indonesia.
- Gaspersz, V. (1997). *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Hutomo, A. A. (2012). *Perancangan Strategi Bauran Pemasaran Dengan Menggunakan Metode Costumer Satisfaction Index, Importance Performance Analyisi, dan piramida Loyalitas*. YOGYAKARTA: Fakultas Teknologi Industri.
- Irawan, H. (2002). *10 Perinsip Kepuasan Pelanggan*. jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, P. (1994). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1996). *Princeples of Marketing Seventh Edition*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Musanto, T. (2004). *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan*. Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

- Ningrum, A. I. (2008). *Tingkat Kepuasan Pengguna Sepeda Motor Yamaha Mio dengan menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD)*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Nugraha, R., Adianto, H., & Harsono, A. (2014). Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel “X” Berdasarkan Hasil Matrix Importance-Performance Analysis* (Studi Kasus di Bengkel AHASS PD. Sumber Motor Karawang). *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional Jurusan Teknik Industri Itenas No. 03 Vol. 01*, 1-11.
- Parasuraman, A., Zeithaml, & Berry. (1998). Servqual : A Multiple-item Scale for Measuring Customer Perceptions for Service Quality. *Journal of Retailing*.
- Pratama , A. (2015). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Dan Quality Function Deployment (QFD) (Studi Pada Konsumen AHASS2179 Panmas Motor)*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, Fakultas Teknologi Industri.
- Purnomo, H. (2004). *Pengantar Teknik Industri*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ristanti, F. D. (2012). *Analisa Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Pendekatan Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) (Studi Kasus Swalayan Pamela Enam Yogyakarta)*. Yogyakarta: Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (1996). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2000). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi.
- Tribun Jogja. (2015). Kota Yogyakarta. Retrieved from tribun.jogja.tribunnews.com/2015/12/07/hingga-tahun-depan-tercatat-total-110-hotel-baru-akan-dibangun-di-yogya
- Widiyanto, A. (2012). *Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Layanan Perbankan*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Lampiran

Lampiran 1 Rekap Data Tingkat Kepentingan Pelanggan Hotel Nugraha

Respo nden	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X 10	X 11	X 12	X 13	X 14	X 15	X 16	X 17	X 18	X 19	X 20	X 21	X 22	X 23	X 24	X 25	X 26	X 27	X 28	X 29	X 30	X 31	
1	3	2	4	3	4	4	3	4	2	2	5	3	4	4	3	5	4	4	4	4	2	4	3	3	5	4	3	3	4	3	3	
2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	5	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
3	3	5	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	
4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	4	5	2	3	5	3	5	4	4	5	3	3	5	2	3	4	5	
5	5	5	5	3	5	5	5	4	2	5	3	2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	2	3	3	2	3	2	4	5	
6	4	5	3	5	4	5	3	3	2	2	5	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
7	3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	3	3	3	3	4	3	5	5	5	5	5
8	5	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	5	3	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4
9	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	4	2	4	2	4	5	3	3	3	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
12	4	4	4	5	3	4	4	4	3	3	5	3	4	4	5	4	4	3	3	2	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4
13	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	5	3
14	2	1	3	2	1	2	2	2	3	4	1	4	4	3	4	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3
15	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5	5	3	5	5	4	4	3	4	5	4	4	5	2	4	4	3	5	4	5	3	4	4
16	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
17	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4
18	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	2	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	3	3	4	3	3
19	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	3	3	1	4	2	2	1	3	1	3	2	2	1	3	1	1	1	1	2
20	4	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	4	2	3	2	1	2	1	1	1	2	3	2	1	1
21	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	5	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3
22	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3

[illegible]

Respo nden	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X 10	X 11	X 12	X 13	X 14	X 15	X 16	X 17	X 18	X 19	X 20	X 21	X 22	X 23	X 24	X 25	X 26	X 27	X 28	X 29	X 30	X 31
52	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
53	4	4	3	5	4	5	4	5	3	5	2	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
54	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
55	3	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4	5	5	5	4
56	3	5	5	3	3	5	4	4	5	5	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5
57	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	5	5	3	4	4	3	3	3	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	3	5	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
62	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
63	5	3	3	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4
64	4	4	4	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	5	5	5	5
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	3	4	4	4	3	3	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	5	4	4	4	4	5	5	3	3	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4
69	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
70	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5

Jumlah responden : 70

Kuesioner Sah : 70

Kuesioner Tidak Sah : 0

Lampiran 2 Rekap Data Tingkat Kepuasan Pelanggan Hotel Nugraha

Respo nden	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X 10	X 11	X 12	X 13	X 14	X 15	X 16	X 17	X 18	X 19	X 20	X 21	X 22	X 23	X 24	X 25	X 26	X 27	X 28	X 29	X 30	X 31	
1	4	2	5	3	4	4	4	5	2	2	5	3	5	3	3	5	4	5	5	5	3	4	3	3	5	3	3	3	4	3	3	
2	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4
3	3	2	4	3	3	3	2	3	3	4	4	3	5	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	
4	3	2	4	4	4	3	2	2	3	3	5	3	3	2	4	5	2	3	2	3	4	4	4	5	3	3	3	3	3	4	5	
5	5	5	5	4	4	5	5	4	2	5	4	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	2	2	3	4	3	4	2	4	5	
6	4	1	3	5	4	2	3	3	2	2	2	2	3	5	5	5	3	3	5	5	2	5	3	2	5	3	3	4	3	4	3	
7	4	5	5	5	5	5	5	4	2	5	4	5	5	5	5	4	3	5	4	5	1	3	3	3	3	3	4	5	5	5	5	
8	2	2	1	2	2	3	3	3	1	2	2	2	4	2	1	1	2	3	3	3	1	1	1	2	3	2	2	2	2	3	2	
9	2	1	4	3	3	3	3	2	2	2	1	1	5	5	5	5	3	4	3	1	1	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	
10	2	1	4	3	3	3	3	2	2	2	5	1	5	5	5	5	3	4	3	1	1	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	
11	2	1	4	3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	3	5	5	3	3	1	1	2	2	5	5	4	4	5	3	3	4	4	
12	2	1	4	3	3	3	3	2	2	2	1	2	4	4	5	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	
13	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	5	3	
14	4	4	5	3	4	4	3	5	3	5	5	4	3	5	4	5	5	3	4	5	3	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	
15	4	3	4	2	4	4	4	2	3	4	3	2	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	5	2	3	3	3	5	4	
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	
17	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	
18	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	2	3	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	3	3	4	3	
19	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	
20	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	2	2	3	2	3	2	1	1	2	2	2	1	2	1	3	2	
21	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	
22	4	4	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	
23	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	1	1	5	5	5	5	3	4	3	1	1	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	
24	1	1	2	2	1	2	4	1	2	4	3	3	2	2	1	5	3	3	3	4	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	4	

Respo nden	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X 10	X 11	X 12	X 13	X 14	X 15	X 16	X 17	X 18	X 19	X 20	X 21	X 22	X 23	X 24	X 25	X 26	X 27	X 28	X 29	X 30	X 31	
25	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	
26	2	2	2	3	2	3	4	2	3	2	3	3	4	5	1	5	1	3	4	4	1	2	1	2	2	1	3	2	2	1	3	
27	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
28	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	
29	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	
30	3	2	2	3	2	2	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	
31	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	
32	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	
38	3	1	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
39	5	4	3	4	4	4	3	3	4	5	3	4	5	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4	
40	3	3	2	2	3	2	2	3	2	4	2	3	4	4	3	5	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
41	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	5	
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	2	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	4	5	5	5	3	
43	3	2	4	2	2	2	1	2	2	3	2	3	4	5	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2
44	2	1	1	2	4	4	1	1	2	1	2	1	2	2	1	3	2	3	2	2	2	2	2	2	1	3	1	2	1	2	2	3
45	4	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	4	3	4	3	4	4	4	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
46	4	2	3	3	4	3	2	2	2	2	3	3	4	3	4	5	3	4	4	5	2	3	2	2	2	1	3	3	2	4	5	
47	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	4	4	3	3	2	2	3	4	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	
48	2	2	3	2	3	2	1	2	4	2	3	4	4	3	4	5	3	3	4	5	2	3	2	1	2	2	3	3	2	3	4	
49	3	4	5	5	4	3	3	5	5	4	3	3	4	5	5	4	3	3	4	5	5	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	
50	4	1	5	4	4	2	2	3	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	2	5	1	5	4	2	5	3	3	5	4	5	5	
51	2	3	2	1	4	3	4	1	4	4	4	1	5	5	3	5	3	3	3	5	1	4	2	2	3	4	4	5	4	4	4	

Respo nden	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X 10	X 11	X 12	X 13	X 14	X 15	X 16	X 17	X 18	X 19	X 20	X 21	X 22	X 23	X 24	X 25	X 26	X 27	X 28	X 29	X 30	X 31
52	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2
53	4	4	3	4	3	2	3	4	3	4	2	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
55	3	3	3	2	2	3	2	2	2	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
56	4	5	1	3	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	4	2	3	2	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4
57	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2
59	3	3	5	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4
60	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3
61	3	2	3	3	3	3	4	3	2	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4
62	3	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
63	4	4	3	4	4	3	3	5	4	5	3	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
64	4	4	4	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5
65	3	3	2	3	2	2	3	4	3	3	3	4	4	3	5	4	4	3	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	3	3	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4
69	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	5	5	5	4	4	5	4	3	3	3	5	4	3	4	3	4	4	4	5	5
70	4	3	5	4	4	3	3	3	4	3	4	4	5	5	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	5	3	3	3

Jumlah responden : 70

Kuesioner Sah : 70

Kuesioner Tidak Sah : 0

Lampiran 3 Output Uji Validitas tingkat kepentingan dengan SPSS 21 For Windows

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	70	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,978	31

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	119,6143	573,777	,559	,978
X2	119,6571	553,968	,726	,977
X3	119,6571	558,866	,770	,977
X4	119,7714	570,759	,585	,978
X5	119,5714	568,480	,640	,978
X6	119,4143	562,507	,768	,977
X7	119,5714	562,625	,715	,977
X8	119,7857	567,968	,705	,977
X9	119,9286	561,604	,717	,977
X10	119,5143	557,819	,761	,977
X11	119,5714	558,596	,738	,977
X12	119,5571	558,308	,768	,977
X13	119,2143	564,982	,784	,977
X14	119,2286	562,672	,862	,977
X15	119,2714	562,085	,824	,977
X16	119,3143	562,624	,782	,977
X17	119,5857	571,840	,668	,978
X18	119,3286	569,180	,699	,977
X19	119,4571	559,614	,787	,977
X20	119,3143	558,045	,798	,977
X21	119,4286	553,582	,797	,977
X22	119,4286	551,321	,870	,977
X23	119,4714	558,688	,801	,977
X24	119,5571	556,598	,792	,977
X25	119,5000	559,384	,775	,977
X26	119,6857	551,349	,843	,977
X27	119,5000	557,529	,803	,977
X28	119,4714	552,775	,846	,977
X29	119,5000	559,036	,844	,977
X30	119,3571	566,436	,708	,977
X31	119,3429	561,069	,828	,977

Lampiran 4 Output Uji Validitas tingkat kepuasan dengan SPSS 21 For Windows

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	70	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,957	31

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	100,5143	403,761	,676	,956
X2	100,8571	399,342	,636	,956
X3	100,4286	399,060	,682	,956
X4	100,5857	402,826	,719	,955
X5	100,4571	401,498	,749	,955
X6	100,5714	409,698	,583	,956
X7	100,6429	408,436	,562	,956
X8	100,5857	398,072	,741	,955
X9	100,7000	407,257	,591	,956
X10	100,4000	401,345	,688	,956
X11	100,4714	408,195	,534	,957
X12	100,5857	409,695	,515	,957
X13	99,9857	407,174	,555	,957
X14	100,0000	409,652	,516	,957
X15	100,0857	401,442	,624	,956
X16	99,7429	414,310	,407	,958
X17	100,3000	402,590	,739	,955
X18	100,2571	408,281	,655	,956
X19	100,3857	404,153	,599	,956
X20	100,2714	403,940	,523	,957
X21	100,8857	398,190	,642	,956
X22	100,2000	395,988	,781	,955
X23	100,4429	401,526	,669	,956
X24	100,5571	407,787	,533	,957
X25	100,2571	408,600	,593	,956
X26	100,5714	400,625	,676	,956
X27	100,3857	404,124	,657	,956
X28	100,4143	398,855	,800	,955
X29	100,4857	400,746	,789	,955
X30	100,0714	403,430	,678	,956
X31	100,1857	407,748	,631	,956

Lampiran 5 skor total dan skor rata-rata tingkat kepentingan hotel nugraha

Responden	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15
1	3	2	4	3	4	4	3	4	2	2	5	3	4	4	3
2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	5	3	4
3	3	5	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	5	4	5
4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	4
5	5	5	5	3	5	5	5	4	2	5	3	2	5	5	5
6	4	5	3	5	4	5	3	3	2	2	5	3	3	5	5
7	3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5
8	5	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	5	3	5	5
9	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5
10	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5
11	4	2	4	2	4	5	3	3	3	4	5	4	5	5	5
12	4	4	4	5	3	4	4	4	3	3	5	3	4	4	5
13	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2
14	2	1	3	2	1	2	2	2	3	4	1	4	4	3	4
15	5	5	4	3	5	5	5	4	3	5	5	3	5	5	4
16	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5
17	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
18	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	2
19	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	3	3
20	4	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2
21	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	5	3	3	4	3
22	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4
23	4	2	4	2	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5

Responden	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15
28	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
29	4	4	3	4	3	4	5	5	3	4	5	5	5	5	4
30	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
31	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5
32	3	4	5	4	3	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
38	3	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	4	2	3
39	5	4	1	3	4	3	4	3	1	1	1	2	3	3	3
40	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5
43	5	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4
44	2	1	1	4	4	4	1	1	2	1	2	1	2	2	1
45	4	4	5	4	4	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5
46	4	5	2	3	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4
47	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3
48	3	5	3	4	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
49	3	2	1	3	4	3	4	3	1	1	1	2	3	3	3
50	4	1	5	4	4	2	2	3	5	5	4	5	5	4	5
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4
53	4	4	3	5	4	5	4	5	3	5	2	5	5	4	4
54	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
55	3	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5
56	3	5	5	3	3	5	4	4	5	5	3	4	5	4	5

Responden	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X30	X31
68	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
70	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5
total	292	273	291	282	292	284	284	281	275	279	266	279	281	279	289	290
rerata	4.17	3.90	4.16	4.03	4.17	4.06	4.06	4.01	3.93	3.99	3.80	3.99	4.01	3.99	4.13	4.14

Lampiran 6 skor total dan skor rata-rata tingkat kepuasan hotel nugraha

Responden	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15
1	4	2	5	3	4	4	4	5	2	2	5	3	5	3	3
2	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4
3	3	2	4	3	3	3	2	3	3	4	4	3	5	4	4
4	3	2	4	4	4	3	2	2	3	3	5	3	3	2	4
5	5	5	5	4	4	5	5	4	2	5	4	3	5	5	5
6	4	1	3	5	4	2	3	3	2	2	2	2	3	5	5
7	4	5	5	5	5	5	5	4	2	5	4	5	5	5	5
8	2	2	1	2	2	3	3	3	1	2	2	2	4	2	1
9	2	1	4	3	3	3	3	2	2	2	1	1	5	5	5
10	2	1	4	3	3	3	3	2	2	2	5	1	5	5	5
11	2	1	4	3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	3	5
12	2	1	4	3	3	3	3	2	2	2	1	2	4	4	5
13	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2
14	4	4	5	3	4	4	3	5	3	5	5	4	3	5	4
15	4	3	4	2	4	4	4	2	3	4	3	2	4	3	3

Responden	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
17	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
18	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	2
19	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1
20	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2
21	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3
22	4	4	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4
23	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	1	1	5	5	5
24	1	1	2	2	1	2	4	1	2	4	3	3	2	2	1
25	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2
26	2	2	2	3	2	3	4	2	3	2	3	3	4	5	1
27	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
28	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	5
29	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4
30	3	2	2	3	2	2	4	4	3	3	3	3	4	4	4
31	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4
32	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
38	3	1	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	4	2	3
39	5	4	3	4	4	4	3	3	4	5	3	4	5	3	4
40	3	3	2	2	3	2	2	3	2	4	2	3	4	4	3
41	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	5	5	4
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	2

Responden	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15
43	3	2	4	2	2	2	1	2	2	3	2	3	4	5	4
44	2	1	1	2	4	4	1	1	2	1	2	1	2	2	1
45	4	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	4	3
46	4	2	3	3	4	3	2	2	2	2	3	3	4	3	4
47	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	4	4	3
48	2	2	3	2	3	2	1	2	4	2	3	4	4	3	4
49	3	4	5	5	4	3	3	5	5	4	3	3	4	5	5
50	4	1	5	4	4	2	2	3	5	5	4	4	5	4	5
51	2	3	2	1	4	3	4	1	4	4	4	1	5	5	3
52	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3
53	4	4	3	4	3	2	3	4	3	4	2	4	4	4	4
54	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4
55	3	3	3	2	2	3	2	2	2	4	3	3	3	4	3
56	4	5	1	3	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	4
57	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
59	3	3	5	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4
60	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4
61	3	2	3	3	3	3	4	3	2	2	3	4	4	4	3
62	3	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3
63	4	4	3	4	4	3	3	5	4	5	3	3	4	4	5
64	4	4	4	3	5	5	5	5	3	5	4	5	5	4	5
65	3	3	2	3	2	2	3	4	3	3	3	4	4	3	5
66	4	4	4	4	4	3	3	5	4	5	5	4	5	4	5
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3
69	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	5	5	5	4

Responden	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15
70	4	3	5	4	4	3	3	3	4	3	4	4	5	5	4
total	226	202	232	221	230	222	217	221	213	234	229	221	263	262	256
rerata	3.23	2.89	3.31	3.16	3.29	3.17	3.10	3.16	3.04	3.34	3.27	3.16	3.76	3.74	3.66

Responden	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X30	X31
1	5	4	5	5	5	3	4	3	3	5	3	3	3	4	3	3
2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4
3	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4
4	5	2	3	2	3	4	4	4	5	3	3	3	3	3	4	5
5	5	3	5	5	5	5	5	2	2	3	4	3	4	2	4	5
6	5	3	3	5	5	2	5	3	2	5	3	3	4	3	4	3
7	4	3	5	4	5	1	3	3	3	3	3	4	5	5	5	5
8	1	2	3	3	3	1	1	1	2	3	2	2	2	2	3	2
9	5	3	4	3	1	1	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3
10	5	3	4	3	1	1	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3
11	5	3	3	1	1	2	2	5	5	4	4	5	3	3	4	4
12	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
13	3	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	5	3
14	5	5	3	4	5	3	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4
15	4	3	4	4	4	3	4	3	3	5	2	3	3	3	5	4
16	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
17	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4
18	3	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	3	3	4	3
19	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1
20	2	2	3	2	3	2	1	1	2	2	2	1	2	1	3	2
21	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4

Responden	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X30	X31
22	4	4	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3
23	5	3	4	3	1	1	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3
24	5	3	3	3	4	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	4
25	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3
26	5	1	3	4	4	1	2	1	2	2	1	3	2	2	1	3
27	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
28	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3
29	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
38	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
39	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4
40	5	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
41	5	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	5
42	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	4	5	5	5	3
43	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2
44	3	2	3	2	2	2	2	2	1	3	1	2	1	2	2	3
45	4	3	4	4	4	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
46	5	3	4	4	5	2	3	2	2	2	1	3	3	2	4	5
47	3	2	2	3	4	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3
48	5	3	3	4	5	2	3	2	1	2	2	3	3	2	3	4

Responden	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X30	X31
49	4	3	3	4	5	5	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4
50	5	4	5	2	5	1	5	4	2	5	3	3	5	4	5	5
51	5	3	3	3	5	1	4	2	2	3	4	4	5	4	4	4
52	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2
53	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
55	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
56	4	4	2	3	2	1	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2
59	4	4	5	5	5	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4
60	4	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3
61	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4
62	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
63	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
64	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5
65	4	4	3	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
66	4	4	3	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4
69	4	5	4	3	3	3	5	4	3	4	3	4	4	4	5	5
70	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	5	3	3	3
total	280	241	244	235	243	200	248	231	223	244	222	235	233	228	257	249
rerata	4.00	3.44	3.49	3.36	3.47	2.86	3.54	3.30	3.19	3.49	3.17	3.36	3.33	3.26	3.67	3.56