

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DI HOTEL BANANA  
INN BANDUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
Dalam menempuh studi pada  
Program Strata I



Disusun oleh :

**AULIA RAHMAN RASYIDI**

201520554

**PROGRAM STUDI AKOMODASI DAN KATERING**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA  
BANDUNG**

**2019**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI**

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DI HOTEL BANANA INN**

**BANDUNG**

**NAMA : AULIA RAHMAN RASYIDI**

**NIM : 201520554**

**PROGRAM STUDI : STUDI AKOMODASI DAN KATERING**

**Pembimbing I,**



**Dr. Lien Maulina, S.Sos., M.Pd., CHE**

**NIP. 19601202 198203 2 001**

**Pembimbing II,**



**Drs. Rachmat Muljawan, MM.Par.**

**NIP. 19620129 199203 1 001**

**Bandung, Agustus 2019**

**Mengetahui,**

**Menyetujui,**

**Kepala Bagian Administrasi Akademik dan  
Kemahasiswaan**

**Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata  
Bandung**



**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc**

**NIP. 19710506 199803 1 001**

**Faisal, MM.Par., CHE**

**NIP. 19730706 199303 1 001**

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Aulia Rahman Rasyidi  
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 20 November 1997  
NIM : 201520554  
Program Studi : Studi Akomodasi dan Katering

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul:  
**Analisis Kualitas Pelayanan Di Hotel Banana Inn Bandung**  
ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, Juli 2019

Yang membuat pernyataan,

Materai Rp. 6000,-

**Aulia Rahman Rasyidi**  
NIM 201520554

## **KATA PENGATAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahnya atas pemikiran dan ide sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan Di Hotel Banana Inn Bandung.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menempuh studi pada Program Strata-I Studi Akomodasi dan Katering Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

Dalam proses pembuatan skripsi ini, penulis tak lupa mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah memberi dukungan moral serta bimbingannya kepada penulis. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada :

1. Bapak Faisal, MM.Par., CHE., Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung yang telah memberikan kesempatan untuk menyusun skripsi kepada penulis
3. Hotel Banana Inn Bandung selaku pihak lokus yang telah mengijinkan penulis untuk melaksanakan penelitian
4. Ibu Siti Yulia Irani Nugraha, SE., MM.Par., Ketua Program Studi Akomodasi dan Katering
5. Ibu Lien Maulina, Dr., M.Pd., Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan kepada penulis
6. Bapak Rachmat Muljawan, Drs., MM.Par., Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan kepada penulis

7. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., Pembimbing Akademik yang telah banyak memberikan bimbingan kepada penulis
8. Orang tua dan keluarga yang telah banyak memberikan dorongan semangat dari awal hingga selesainya skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat sebagai bahan pembelajaran bagi penulis serta bermanfaat bagi mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung serta industri.

Bandung, Mei 2019

**Penulis**  
Aulia Rahman Rasyidi

## ABSTRAK

Perkembangan industri hotel di Kota Bandung saat ini berkembang dengan pesat, maka dari itu persaingan industri hotel di Kota Bandung menjadi sangat kompetitif. Salah satu cara agar suatu hotel dapat bersaing dan lebih unggul dari hotel pesaing lain adalah dengan memberikan pelayanan yang lebih berkualitas dibanding dengan hotel pesaing lainnya. Salah satunya adalah dengan cara memenuhi harapan konsumen dalam kualitas pelayanan produk kamar sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Masalah yang terdapat pada Hotel Banana Inn Bandung adalah tingkat hunian kamar dalam keadaan perkembangan yang kurang stabil di tahun 2018 dan masih banyaknya keluhan tamu yang masuk pada Bulan Oktober, November dan Desember 2018. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel masih kurang memuaskan untuk konsumen. Berdasarkan hal tersebut muncul indikasi ketidaksesuaian antara tingkat harapan yang diinginkan konsumen dengan tingkat kenyataan yang dirasakan konsumen dari pelayanan yang diberikan pihak hotel. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kenyataan yang dirasakan, harapan yang diinginkan, dan kepuasan yang dirasakan menurut konsumen di Hotel Banana Inn Bandung dengan menggunakan sub variabel *Tangible*, *Empathy*, *Responsiveness*, *Reliability* dan *Assurance*. Data diperoleh dari kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya dan kemudian disebar ke 100 orang konsumen yang telah ditentukan sebagai responden dengan menggunakan Teknik *Purposive Sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) atau biasa dikenal dengan *quadrant analysis* dan diolah dengan bantuan IBM Statistics SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa indikator dari sub variabel yang telah memuaskan konsumen. Hasil tersebut didukung dengan adanya 5 dari 20 indikator yang berada pada kuadran 2 yang artinya sudah memuaskan dan terdapat 15 dari 20 indikator yang masih perlu ditingkatkan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kenyataan, Harapan

## **ABSTRACT**

*The development of the hotel industry in Bandung city is currently growing rapidly, therefore the competition of the hotel industry in Bandung city becomes very competitive. One of the ways for a hotel to compete and be more superior to other hotel competitors is to provide better quality services than its other hotel competitors. One of them is by fulfilling consumer expectations in service quality of room products so that can provide satisfaction to consumer. The problem that is found on Banana Inn Hotel Bandung is the occupancy rate in a state of unstable development in 2018 and there are still many guest complaints that found in October, November and December 2018. That way it can be said that the quality of service provided by the hotel is still not satisfying for consumer. Based on this, there are indications of a discrepancy between the level of expectations that consumers desired and the level of reality perceived by consumers from the services provided by the hotel. This study aims to find out how the service quality at Banana Inn Bandung Hotels using sub variables Tangible, Empathy, Responsiveness, Reliability and Assurance. Data obtained from questionnaires that have been tested for validity and reliability and then distributed to 100 consumers who have been determined as respondents using Purposive Sampling Techniques. The analytical method used in this study is the Analysis of Importance Performance Analysis (IPA) or commonly known as quadrant analysis and processed with IBM Statistics SPSS 25. The results of this study indicate that there are several indicators from sub-variables that have satisfied consumers. That is supported by the presence of 5 out of 20 indicators in the quadrant 2, which means that they are satisfying and there are 15 out of 20 indicators that still need to be improved.*

*Keyword: Service Quality, Perceived, Expectations,*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN MAHASISWA.....	iii
KATA PENGATAR .....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian .....	13
D. Keterbatasan Penelitian.....	14
E. Manfaat Penelitian .....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	15
A. Kajian Teori .....	15
B. Penelitian Terdahulu .....	19
C. Kerangka Pemikiran.....	21



BAB III METODE PENELITIAN .....	23
A. Desain Penelitian .....	23
B. Obyek Penelitian .....	24
C. Populasi dan Sampel .....	24
D. Metode Pengumpulan Data .....	26
E. Definisi Operasional Variabel .....	32
F. Analisis Data .....	35
G. Jadwal Penelitian .....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	43
A. Karakteristik Responden .....	43
B. Data Kualitas Pelayanan di Hotel Banana Inn Bandung .....	48
C. Perhitungan Nilai <i>Servqual</i> .....	53
D. Hasil Penelitian Tingkat Kualitas Pelayanan di Hotel Banana Inn Bandung	
56	
E. Analisis dan Pembahasan Kenyataan yang Dirasakan Menurut Konsumen	
untuk Produk Kamar di Hotel Banana Inn Bandung .....	65
F. Analisis dan Pembahasan Harapan yang Diinginkan Menurut Konsumen	
untuk Produk Kamar di Hotel Banana Inn Bandung .....	79
G. Analisis dan Pembahasan Kepuasan yang Dirasakan Menurut Konsumen	
untuk Produk Kamar di Hotel Banana Inn Bandung .....	91
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN .....	96

A. Simpulan .....	96
B. Implikasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
C. Saran .....	97
DAFTAR PUSTAKA .....	99
LAMPIRAN.....	101

## DAFTAR TABEL

TABEL 1	KLASIFIKASI HOTEL BERBINTANG .....	3
TABEL 2	TINGKAT HUNIAN KAMAR .....	8
TABEL 3	KELUHAN KONSUMEN.....	9
TABEL 4	PENELITIAN TERDAHULU .....	19
TABEL 5	NILAI BUTIR PERTANYAAN.....	27
TABEL 6	VALIDITAS KUALITAS PELAYANAN ASPEK BUKTI NYATA	29
TABEL 7	VALIDITAS KUALITAS PELAYANAN ASPEK EMPATI .....	29
TABEL 8	VALIDITAS KUALITAS PELAYANAN ASPEK DAYA TANGGAP .....	30
TABEL 9	VALIDITAS KUALITAS PELAYANAN ASPEK KEANDALAN .	30
TABEL 10	VALIDITAS KUALITAS PELAYANAN ASPEK JAMINAN .....	31
TABEL 11	STATISTIK RELIABILITAS INSTRUMEN.....	32
TABEL 12	MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL.....	33
TABEL 13	KATEGORI INTERPRETASI SKOR.....	41
TABEL 14	JADWAL PENELITIAN .....	42
TABEL 15	HASIL KUESIONER PENELITIAN ASPEK BUKTI NYATA .....	48
TABEL 16	HASIL KUESIONER PENELITIAN ASPEK EMPATI .....	49
TABEL 17	HASIL KUESIONER PENELITIAN ASPEK DAYA TANGGAP.	50
TABEL 18	HASIL KUESIONER PENELITIAN ASPEK KEANDALAN .....	51
TABEL 19	HASIL KUESIONER PENELITIAN ASPEK JAMINAN .....	52
TABEL 20	NILAI PERHITUNGAN KESENJANGAN (GAP) ANTARA KENYATAAN DENGAN HARAPAN .....	54

TABEL 21 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP ASPEK BUKTI NYATA.....	57
TABEL 22 NILAI BUTIR INDIKATOR.....	57
TABEL 23 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP ASPEK EMPATI .....	59
TABEL 24 NILAI BUTIR INDIKATOR.....	59
TABEL 25 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP ASPEK DAYA TANGGAP .....	61
TABEL 26 NILAI BUTIR INDIKATOR.....	61
TABEL 27 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP ASPEK KEANDALAN .....	63
TABEL 28 NILAI BUTIR INDIKATOR.....	63
TABEL 29 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP ASPEK JAMINAN ..	64
TABEL 30 NILAI BUTIR INDIKATOR.....	65
TABEL 31 INDIKATOR NOMOR 1 BERDASARKAN KENYATAAN .....	66
TABEL 32 INDIKATOR NOMOR 2 BERDASARKAN KENYATAAN .....	66
TABEL 33 INDIKATOR NOMOR 3 BERDASARKAN KENYATAAN .....	67
TABEL 34 INDIKATOR NOMOR 4 BERDASARKAN KENYATAAN .....	67
TABEL 35 INDIKATOR NOMOR 5 BERDASARKAN KENYATAAN .....	68
TABEL 36 INDIKATOR NOMOR 6 BERDASARKAN KENYATAAN .....	69
TABEL 37 INDIKATOR NOMOR 7 BERDASARKAN KENYATAAN .....	69
TABEL 38 INDIKATOR NOMOR 8 BERDASARKAN KENYATAAN .....	70
TABEL 39 INDIKATOR NOMOR 9 BERDASARKAN KENYATAAN .....	71
TABEL 40 INDIKATOR NOMOR 10 BERDASARKAN KENYATAAN .....	71
TABEL 41 INDIKATOR NOMOR 11 BERDASARKAN KENYATAAN .....	72

TABEL 42	INDIKATOR NOMOR 12 BERDASARKAN KENYATAAN .....	73
TABEL 43	INDIKATOR NOMOR 13 BERDASARKAN KENYATAAN .....	73
TABEL 44	INDIKATOR NOMOR 14 BERDASARKAN KENYATAAN .....	74
TABEL 45	INDIKATOR NOMOR 15 BERDASARKAN KENYATAAN .....	75
TABEL 46	INDIKATOR NOMOR 16 BERDASARKAN KENYATAAN .....	75
TABEL 47	INDIKATOR NOMOR 17 BERDASARKAN KENYATAAN .....	76
TABEL 48	INDIKATOR NOMOR 18 BERDASARKAN KENYATAAN .....	77
TABEL 49	INDIKATOR NOMOR 19 BERDASARKAN KENYATAAN .....	77
TABEL 50	INDIKATOR NOMOR 20 BERDASARKAN KENYATAAN .....	78
TABEL 51	INDIKATOR NOMOR 1 BERDASARKAN HARAPAN .....	79
TABEL 52	INDIKATOR NOMOR 2 BERDASARKAN HARAPAN .....	80
TABEL 53	INDIKATOR NOMOR 3 BERDASARKAN HARAPAN .....	80
TABEL 54	INDIKATOR NOMOR 4 BERDASARKAN HARAPAN .....	81
TABEL 55	INDIKATOR NOMOR 5 BERDASARKAN HARAPAN .....	81
TABEL 56	INDIKATOR NOMOR 6 BERDASARKAN HARAPAN .....	82
TABEL 57	INDIKATOR NOMOR 7 BERDASARKAN HARAPAN .....	82
TABEL 58	INDIKATOR NOMOR 8 BERDASARKAN HARAPAN .....	83
TABEL 59	INDIKATOR NOMOR 9 BERDASARKAN HARAPAN .....	83
TABEL 60	INDIKATOR NOMOR 10 BERDASARKAN HARAPAN .....	84
TABEL 61	INDIKATOR NOMOR 11 BERDASARKAN HARAPAN .....	85
TABEL 62	INDIKATOR NOMOR 12 BERDASARKAN HARAPAN .....	85
TABEL 63	INDIKATOR NOMOR 13 BERDASARKAN HARAPAN .....	86
TABEL 64	INDIKATOR NOMOR 14 BERDASARKAN HARAPAN .....	86
TABEL 65	INDIKATOR NOMOR 15 BERDASARKAN HARAPAN .....	87

TABEL 66 INDIKATOR NOMOR 16 BERDASARKAN HARAPAN .....	87
TABEL 67 INDIKATOR NOMOR 17 BERDASARKAN HARAPAN .....	88
TABEL 68 INDIKATOR NOMOR 18 BERDASARKAN HARAPAN .....	89
TABEL 69 INDIKATOR NOMOR 19 BERDASARKAN HARAPAN .....	89
TABEL 70 INDIKATOR NOMOR 20 BERDASARKAN HARAPAN .....	90

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 KERANGKA PEMIKIRAN .....	22
GAMBAR 2 IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (QUADRANT ANALYSIS) .....	36
GAMBAR 3 RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN.....	44
GAMBAR 4 RESPONDEN BERDASARKAN USIA .....	45
GAMBAR 5 RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN.....	46
GAMBAR 6 RESPONDEN BERDASARKAN JUMLAH PENGALAMAN MENGINAP .....	47
GAMBAR 7 QUADRANT ANALYSIS .....	92

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 SURAT IZIN PENELITIAN .....	101
LAMPIRAN 2 SURAT TELAH MELAKUKAN PENELITIAN .....	102
LAMPIRAN 3 PEDOMAN WAWANCARA.....	103
LAMPIRAN 4 KUESIONER PENELITIAN.....	104
LAMPIRAN 5 HASIL KUESIONER .....	109
LAMPIRAN 6 TURNITIN.....	113
LAMPIRAN 7 BIODATA MAHASISWA .....	114



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Akhir – akhir ini industri berkembang dengan sangat pesat, salah satunya adalah industri hotel. Di Kota Bandung sendiri sudah banyak hotel yang telah beroperasi, menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung pada tahun 2016 terdapat 336 hotel di Kota Bandung. Maka dari itu kemungkinan besar persaingan yang terjadi pada industri hotel di Kota Bandung juga sangat kompetitif, akibat dari persaingan yang sangat kompetitif itu para pengelola industri hotel harus bisa bersaing agar keberlangsungan industri hotel mereka dapat bertahan. Hotel itu sendiri merupakan perusahaan pelayanan yang menyediakan kamar tidur, makanan, dan minuman untuk mendukung kegiatan pariwisata.

Adapun Sulastiyono (2011:5) mengungkapkan bahwa hotel merupakan perusahaan yang dikelola pemiliknya dan menyediakan pelayanan dari kamar tidur, makanan hingga minuman untuk orang yang mampu membayar dengan jumlah yang wajar dan melakukan perjalanan sesuai dengan pelayanan yang didapat tanpa adanya perjanjian khusus.

Kusumo (2012) mengungkapkan bahwa hotel dapat diklasifikasikan menurut bintang yang ditentukan oleh Dinas Pariwisata Daerah (Diperda) sesuai persyaratan fasilitas yang terdapat dalam hotel setiap tiga tahun sekali dalam bentuk sertifikat. Berdasarkan Keputusan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata ni. KM 3/KW 001/ MKP 02, hotel dikelompokkan dalam 5 golongan kelas (bintang) berdasarkan kelengkapan fasilitas dan kondisi bangunan, perlengkapan dan pengelolaan, serta mutu pelayanan. Kategori hotel tersebut dibagi menjadi:

1. Hotel melati 1
2. Hotel melati 2
3. Hotel bintang 3
4. Hotel bintang 4
5. Hotel bintang 5

Kriteria klasifikasi hotel di Indonesia secara resmi dikeluarkan oleh peraturan pemerintah dan menurut Dirjen Pariwisata dengan SK: Kep-22/U/VI/78. Untuk mengklasifikasikan sebuah hotel, dapat ditinjau dari beberapa faktor yang satu sama lainnya ada kaitannya. Berikut ini adalah tabel pembagian hotel menurut Keputusan Direktur Jendral Pariwisata (1988) berdasarkan fasilitas dan jumlah kamar hotel dalam Bernadete Monica (2012).

**TABEL 1**  
**KLASIFIKASI HOTEL BERBINTANG**

<b>Jenis Fasilitas</b>	<b>*****</b>	<b>****</b>	<b>***</b>	<b>**</b>	<b>*</b>
<b>Kamar Tidur</b>	Min. 100	Min. 50	Min. 30	Min. 20	Min. 15
<b>Suite</b>	4 kamar	3 kamar	2 kamar	1 kamar	-
<b>Luas kamar</b>	20-28 m <sup>2</sup>	18-28 m <sup>2</sup>	18-26 m <sup>2</sup>	18-24 m <sup>2</sup>	18-20 m <sup>2</sup>
<b>Luas kamar Suite</b>	52 m <sup>2</sup>	48 m <sup>2</sup>	48 m <sup>2</sup>	44 m <sup>2</sup>	20 m <sup>2</sup>
<b>Ruang Makan</b>	Min. 2	Min. 2	Min. 2	Min. 2	Min. 1
<b>Restaurant &amp; Bar</b>	Min. 1	Min. 1	Min. 1	Min. 1	*tidak wajib
<b>Function Room</b>	Min. 1 dan pre-function room	Min. 1 dan pre-function room	Min. 1 dan pre-function room	-	-
<b>Rekreasi &amp; Olahraga</b>	Kolam renang dan ditambah dengan 2 sarana lain	Kolam renang dan dianjurkan ditambah dengan 2 sarana lain	Kolam renang dan dianjurkan ditambah dengan 2 sarana lain	Kolam renang dan dianjurkan ditambah dengan 2 sarana lain	Min. 1 sarana
<b>Ruang yang disewakan</b>	Min. 3 ruangan	Min. 3 ruangan	Min. 3 ruangan	Min. 3 ruangan	Min. 3 ruangan
<b>Lounge</b>	Wajib	Wajib	Wajib	-	-
<b>Taman</b>	Wajib	Wajib	Wajib	Wajib	Wajib

Sumber: Dirjen Pariwisata 1988, Monica, 2012

Konsumen hotel biasa disebut sebagai tamu hotel, tamu adalah bagian yang tak terpisahkan dari industri hotel. Oleh karena itu, seorang tamu layak

mengharapkan dan mendapatkan pelayanan yang profesional dari sebuah hotel. Setiap tamu ingin memperoleh sesuatu yang melebihi nilai yang diharapkannya dari harga yang mereka bayar. Untuk itu seorang resepsionis jangan sampai membuat tamu memiliki kesan bahwa harga yang mereka bayar tidak sepadan dengan pelayanan yang mereka peroleh.

Agusnawar (2004) mengungkapkan bahwa umumnya jenis-jenis tamu yang menginap di suatu hotel dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. *Domestic Tourist*  
*Domestic Tourist* biasa disebut dengan wisatawan lokal/daerah dimana dia tinggal/menginap pada suatu hotel, misalnya pada *weekend* (akhir pekan) atau untuk aktivitas lain.
2. FITs (*Free Independent Travellers*)  
FITs biasa disebut dengan wisatawan internasional yang melakukan perjalanan secara individual dan tidak terikat dalam suatu rombongan/grup. Biasanya jenis tamu FITs melakukan reservasi kamar secara langsung ke hotel dan umumnya hanya memesan kamar saja.
3. GITs (*Group Inclusive Tours*)  
GITs biasa disebut dengan rombongan wisatawan yang melakukan perjalanan secara bersamaan dalam suatu *package tour*. Biasanya tamu jenis ini melakukan perjalanan dengan perantara *travel agent*.
4. SITs (*Special Interest Tours*)  
SITs adalah suatu rombongan yang berkunjung ke suatu tempat, biasanya dengan tujuan khusus seperti mengunjungi destinasi wisata di daerah tempat mereka menginap contohnya seperti Candi Borobudur dan sebagainya.
5. CIPs (*Commercially Important Persons*)  
CIPs adalah para tamu atau *executive* dari suatu perusahaan besar yang selalu bepergian dan menginap di hotel mewah. Biasanya reservasi kamarnya dilakukan oleh sekretaris atau asistennya.
6. SPATTs (*Special Attention Guests*)  
SPATTs adalah tamu yang membutuhkan perhatian lebih/khusus, seperti tamu yang sudah tinggal lama dalam sebuah hotel, tamu yang sakit, tamu yang sudah lanjut usia, tamu cacat, dan lain sebagainya.
7. VIPs (*Very Important Persons*)  
VIPs adalah tamu yang dianggap penting dalam sebuah hotel, seperti selebritis, tamu yang menginap di kamar mahal, para pejabat pemerintahan, pimpinan perusahaan, langganan tetap dan lain sebagainya.
8. *Regular Guest*  
*Regular Guest* adalah tamu biasa yang menginap di sebuah hotel. Umumnya tamu tersebut menginap pada sebuah hotel tanpa membuat reservasi terlebih dulu. *Regular Guest* sering disebut *Walking Guest*.

Walaupun ada perbedaan istilah jenis tamu, seperti yang diuraikan di atas bukan berarti untuk membedakan perlakuan dalam melayani tamu. Setiap tamu yang datang untuk *check in* ke hotel layak untuk mendapatkan pelayanan yang optimal dari pihak hotel.

Saat ini dasar konsumen dalam membeli sesuatu tidak hanya dari segi produk dan merek saja, tetapi pelayanan (jasa) juga menjadi pertimbangan dalam membeli sesuatu dan dapat dikatakan memegang peranan penting. Salah satu cara agar keberlangsungan industri hotel dapat bertahan adalah pelayanan yang diberikan pengelola industri hotel kepada tamu hotel, maka dari itu pelayanan yang diberikan sangat berhubungan langsung dengan keberlangsungan industri hotel.

Kotler (2005:57) mengungkapkan bahwa, kualitas merupakan keseluruhan sifat produk atau layanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat, sedangkan Sampara dalam Sinambela (2011:5) mengungkapkan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang berinteraksi langsung antara individu dengan individu lain ataupun mesin secara fisik, dan menghasilkan kepuasan kepada individu tersebut.

Baiknya kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu hotel akan memberikan dampak yang positif bagi industri hotel yaitu pemberitaan positif yang diberikan oleh tamu hotel. Sedangkan kurang baiknya kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu hotel akan mengakibatkan kerugian pada industri hotel yaitu pemberitaan negatif dalam jangka panjang, hal tersebut dapat dilihat dari *review* (ulasan) atau *guest comment* (komentar tamu). Indikator pelayanan

yang baik adalah pelayanan yang dapat memenuhi harapan konsumen. Maka dari itu kualitas pelayanan dapat dikatakan sebagai faktor penting dalam keberlangsungan industri hotel.

Hal tersebut sesuai dengan yang Fitzsimmons bersaudara dalam Sulastiyono (2011:35-36) sampaikan bahwa kualitas pelayanan adalah sesuatu yang terdiri dari himpunan kesatuan (kompleks) dan konsumen menilai kualitas pelayanan melalui lima aspek pelayanan sebagai ukurannya, yaitu:

1. Bukti nyata (*Tangibles*), dalam hal ini adalah sesuatu yang nampak atau nyata, seperti penampilan para karyawan, fasilitas – fasilitas fisik lainnya seperti peralatan dan perlengkapan yang mendukung pelaksanaan pelayanan.
2. Empati (*Empathy*), dalam hal ini adalah memberikan perhatian yang bersifat individu kepada konsumen secara khusus. Aspek Empati ini memiliki ciri-ciri, yaitu kemauan karyawan melakukan pendekatan terhadap konsumen, memberikan perlindungan serta upaya untuk memahami perasaan, kebutuhan dan keinginan konsumen.
3. Daya tanggap (*Responsiveness*), dalam hal ini adalah keinginan dan kesadaran untuk bertindak cepat dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan tepat waktu.
4. Keandalan (*Reliability*), dalam hal ini adalah kemampuan yang diberikan secara benar dan tepat pada pelayanan yang telah dijanjikan kepada konsumen.
5. Jaminan (*Assurance*), dalam hal ini adalah sopan santun dan pengetahuan serta kepercayaan diri para karyawan. Aspek Jaminan mempunyai ciri-ciri yaitu, sopan dan hormat (*respect*) kepada konsumen dan mempunyai kompetensi dalam memberikan pelayanan.

Maka dari itu apabila pelayanan yang diberikan oleh hotel tidak memenuhi harapan konsumen, maka hal ini sangat berbahaya terhadap pemberitaan yang akan diberikan oleh konsumen melalui *review* (ulasan) dan *guest comment* (komentar tamu). Tujuan dari seluruh kegiatan yang dilakukan pihak hotel pada akhirnya akan bertujuan untuk mencapai optimalnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu hotel, maka dari itu nilai yang diberikan tamu hotel mengenai kepuasan yang dirasakan sangat penting bagi pihak hotel.

Hotel Banana Inn Bandung yang menjadi tempat penelitian ini memiliki klasifikasi hotel bintang 4 dan sudah berdiri selama 10 tahun dengan 92 kamar

dan dilengkapi dengan *fitness center* (pusat kebugaran), *swimming pool* (kolam renang), *business center* (pusat kegiatan bisnis) yang bernama Banana Inn Ballroom, juga restoran yang bernama B'Leaf Café. Hotel Banana Inn ini terletak pada lokasi yang strategis, yaitu di Jl. DR. Setiabudhi No. 191 Bandung, dimana jalan tersebut sebagai jalur penghubung dari Jakarta ke daerah wisata di Lembang seperti Floating Market, Kampung Gajah Wonderland, Farmhouse, dan Kampung Daun. Dengan lokasi yang strategis tersebut maka peluang konsumen menggunakan pelayanan Hotel Banana Inn Bandung juga semakin tinggi, berdasarkan hal tersebut maka pelayanan yang diberikan harus dapat memenuhi harapan konsumen.

Berdasarkan dari wawancara yang telah dilakukan oleh penulis dengan Ibu Venidia S M dan Ibu Febella PF Berel selaku HR Coordinator Hotel Banana Inn Bandung bahwa masih ada beberapa keluhan yang masuk terhadap pelayanan yang diberikan oleh Hotel Banana Inn Bandung, kebanyakan keluhan yang masuk berada pada fasilitas kamar, seperti pendingin ruangan yang tidak berfungsi dengan baik dan lain sebagainya. Berikut ini adalah tingkat hunian kamar Hotel Banana Inn Bandung di tahun 2018.

**TABEL 2**

No.	Bulan	Room Occupied	Occupancy (%)
1	Januari	769	26.96 %
2	Februari	974	37.81 %
3	Maret	1562	54.77 %
4	April	1518	55.00 %
5	Mei	1060	37.17 %
6	Juni	1097	39.75 %
7	Juli	1782	62.48 %
8	Agustus	1579	55.36 %
9	September	1607	58.22 %
10	Oktober	1618	56.73 %
11	November	1983	71.85 %
12	Desember	2336	81.91 %

**TINGKAT HUNIAN KAMAR**

Sumber: Hotel Banana Inn Bandung, 2019

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa setiap bulannya terjadi kenaikan dan penurunan pada tingkat hunian kamar di Hotel Banana Inn Bandung, kemudian dari data yang diperoleh melalui *Online Travel Agent* yang bernama Traveloka menunjukkan bahwa masih terdapat adanya keluhan tamu di bulan Oktober, November, Desember tahun 2018. Berikut ini adalah tabel keluhan konsumen di Hotel Banana Inn Bandung.



**TABEL 3**  
**KELUHAN KONSUMEN**

No	Nama Konsumen	Keluhan	Tanggal
1	Purnama D.	Kamarnya luas tapi kebersihan kamar dan kamar mandinya kurang. Staffnya ramah-ramah dan sangat membantu.	31 Desember 2018
2	Yurike Y.	Kamar kurang bagus. kamar terlalu gelap lampunya ranjang kotor. Seprai diangkat, ada bekas menang orang. Sangat mengecewakan bayar hotel tapi kotor seperti itu sampai harus liat darah mens di ranjang.	31 Desember 2018
3	Resfita S.	Booking kamar executive ternyata jauh dari apa yang diharapkan dan dengan yang ada digambar, perabotan lama, sarung bantal kurang bersih, Kamar mandi luas tapi biasa saja juga dinding dan lantai kamar mandi tidak bersih. Kamar satu jutaan tapi berasa dapat kamar hotel bintang 2. untuk restorannya lumayan nyaman, tapi variasi sarapan sedikit. Minta fried eggs lama sekali sampai akhirnya saya batalin saja. Positifnya staffnya ramah-ramah dan helpful.	31 Desember 2018
4	Bungaoktavia nty B.	Kamar tidak bersih banyak binatang rayap dari kayu yang sudah tua, fasilitasnya juga minim sprei kamar bau dan warna sudah kusam, makanannya tidak enak dan kurang variasi menu.	28 Desember 2018
5	Heryono H.	Kamar kotor, fasilitas kamar juga sudah banyak yang rusak.	25 Desember

			2018
6	Riri N.	Makanannya enak dan para petugasnya ramah dan sigap namun, air di kamar mandi tidak panas. Air cuma panas di sore dan malam serta beberapa tools di bathub, shower, dan wastafel kurang berfungsi.	24 November 2018
7	Rendi R.	Kunci kamar rusak, kalau mau masuk kamar harus minta bantuan. Kamarnya kurang terawat, remote TV rusak, pemanas air tidak menyala, kulkasnya mati.	20 November 2018
8	Fitri D.	Hotelnya lama dan tidak terawat, kamarnya kotor. Ceret atau teko untuk masak air rusak. Sudah telepon, bilanganya mau ada yang datang untuk ganti tapi sampai check out tidak ada yang datang juga. Banyak noda dimana-mana, mengecewakan padahal bintang 4.	18 November 2018
9	Christine C.	Kualitas extra bed kurang dijaga, wastafel mampet, breakfast kurang variatif, swimming pool agak keruh, tolong untuk ke depannya semakin ditingkatkan kualitasnya..	14 November 2018
10	Ratna D. S.	Kamar bau asap rokok, makanan kurang variatif dan kurang lezat, hotel bintang 4 tapi kurang pemeliharaan, sepertinya lift sering mati.	12 November 2018
11	Akeni I. P.	Saya membawa barang sendiri ke kamar dan pada saat check-in satu kamar belum siap.	11 Oktober 2018
12	Agus B.	Menunya sangat standard dan tidak variatif. Untuk lontongnya sangat disayangkan	10 Oktober

		dimasukkan ke dalam kulkas, akibatnya berair dan baunya tidak sedap. Untuk kebersihan toilet pun kurang. Dimana terdapat sisa kotoran di wc dan lantai kamar mandi licin yang mengakibatkan anak saya jatuh. Settingan AC rusak, di mana untuk schedule maintenance tidak diperhatikan.	2018
13	Irawati S.	Kartu kunci kamar tidak berfungsi. Selimut kurang bersih (ada bekas noda).	9 Oktober 2018
14	Putri L.	Listrik padam beberapa jam, dan genset hotel tidak otomatis bekerja. Sarapan kurang variatif dan kurang enak. Kolam renang kurang terawat, tidak disediakan handuk dan tidak ada penjaga.	7 Oktober 2018
15	Yuda K.	Hotelnya tidak sesuai dengan di foto, old banget. Ada beberapa titik masih kotor banget serta kolam renangnya juga kotor.	3 Oktober 2018

Sumber: Traveloka, 2019

Indikator pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dapat memuaskan dan dapat memenuhi harapan konsumen agar konsumen memberikan pemberitaan yang positif terhadap hotel.

Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004:101) bahwa faktor pembentuk kepuasan terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan (ekspektasi)

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi:

- Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

2. Minat berkunjung kembali  
Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:
  - Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
  - Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
  - Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
3. Kesediaan merekomendasikan  
Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:
  - Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
  - Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
  - Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

Berdasarkan tabel di atas bahwa pelayanan yang diberikan belum memenuhi harapan konsumen. Patut diduga pelayanan kamar yang diberikan oleh pihak hotel belum optimal, berdasarkan hal tersebut penulis berniat untuk melaksanakan penelitian dengan judul *ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DI HOTEL BANANA INN BANDUNG*.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis merumuskan permasalahan tentang:

1. Bagaimana aspek bukti nyata pada kualitas pelayanan di Hotel Banana Inn Bandung?
2. Bagaimana aspek empati pada kualitas pelayanan di Hotel Banana Inn Bandung?

3. Bagaimana aspek daya tanggap pada kualitas pelayanan di Hotel Banana Inn Bandung?
4. Bagaimana aspek keandalan pada kualitas pelayanan di Hotel Banana Inn Bandung?
5. Bagaimana aspek jaminan pada kualitas pelayanan di Hotel Banana Inn Bandung?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Kualitas pelayanan berdasarkan aspek bukti nyata di Hotel Banana Inn Bandung
2. Kualitas pelayanan berdasarkan aspek empati di Hotel Banana Inn Bandung
3. Kualitas pelayanan berdasarkan aspek daya tanggap di Hotel Banana Inn Bandung
4. Kualitas pelayanan berdasarkan aspek keandalan di Hotel Banana Inn Bandung
5. Kualitas pelayanan berdasarkan aspek jaminan di Hotel Banana Inn Bandung

### **D. Keterbatasan Penelitian**

Karena keterbatasan waktu dan luasnya permasalahan maka penulis membatasi penelitian pada analisis kualitas pelayanan di Hotel Banana Inn Bandung.

## **E. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat dari segi teori

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperdalam dan memperkaya pengetahuan penulis serta pembaca tentang kualitas pelayanan, dan bagi siapa saja yang mempunyai keinginan untuk melakukan penelitian lebih lanjut pada bidang yang sama.

### 2. Manfaat dari segi praktik

- a. Untuk perusahaan, dapat digunakan sebagai evaluasi dan saran untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanannya supaya dapat menghasilkan kelebihan dalam bersaing dengan hotel pesaing lainnya.
- b. Untuk karyawan, dapat digunakan sebagai panduan serta acuan untuk meningkatkan performa kerja, khususnya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
- c. Untuk masyarakat, dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian lebih lanjut pada bidang yang sama.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Pengertian Hotel**

Hotel merupakan perusahaan pelayanan yang menyediakan kamar tidur, makanan, dan minuman untuk mendukung kegiatan pariwisata, dimana dikelola secara profesional dan didukung oleh karyawan yang memiliki keahlian di bidang perhotelan. Adapun definisi hotel menurut Sulastiyono (2011:5), hotel merupakan perusahaan yang dikelola pemiliknya dan menyediakan pelayanan dari kamar tidur, makanan hingga minuman untuk orang yang mampu membayar dengan jumlah yang wajar dan melakukan perjalanan sesuai dengan pelayanan yang didapat tanpa adanya perjanjian khusus.

Sedangkan yang dikemukakan oleh American Hotel & Motel Association (AHMA), hotel merupakan tempat dimana disediakan fasilitas dari penginapan, makanan hingga minuman, serta pelayanan yang lain untuk disediakan kepada tamu yang tinggal untuk sementara.

##### **2. Pengertian Pemasaran**

Pemasaran adalah proses dalam memenuhi kebutuhan konsumen dari penjualan sampai bagaimana orang yang menjual menjalin hubungan erat dengan konsumen. Adapun pemaparan yang dikemukakan oleh American Marketing Association di dalam Kotler dan Keller (2009:5), pemasaran merupakan fungsi organisasi serta urutan proses untuk menghasilkan, berkomunikasi, dan

memberikan nilai untuk konsumen serta pengelolaan hubungan dengan konsumen memakai cara yang memberikan keuntungan bagi organisasi dan yang berkepentingan. Sedangkan menurut Daryanto (2011:1) pemasaran didefinisikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

### **3. Pengertian Pemasaran Jasa**

Pemasaran jasa adalah penyambung perusahaan dengan konsumen. Penyambung dalam hal ini adalah semua pihak dari petinggi manajemen sampai karyawan operasional yang membahas apa saja yang dijanjikan kepada konsumen, dan hal tersebut harus dijaga dengan cara selalu membangun hubungan yang baik dengan konsumen.

Kotler & Keller (2012:214) mengungkapkan bahwa jasa adalah aktifitas, manfaat atau kinerja yang disediakan oleh satu pihak kepada pihak lain dan bersifat tidak nyata serta tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun, dan dalam produksinya dapat terikat ataupun tidak dengan produk fisik.

Adapun pemaparan Yazid (2008:13), pemasaran jasa adalah penyambung organisasi dengan konsumen. Peran penyambung dalam hal ini akan berfungsi jika semua usaha pemasaran diutamakan kepada pasar. Keterlibatan semua pihak, dari petinggi manajemen hingga karyawan operasional dalam menunjang proses pemasaran yang diutamakan pada konsumen merupakan hal yang tidak bisa ditawar lagi. Sedangkan Zeithaml dan Bitner dalam Daryanto (2011:236) mengungkapkan bahwa pemasaran jasa merupakan janji yang diciptakan untuk konsumen dan harus dijaga.



#### 4. Pengertian Kualitas, Pelayanan dan Kualitas Pelayanan

##### a. Pengertian Kualitas

Kotler (2005:57) mengungkapkan bahwa kualitas adalah keseluruhan sifat pelayanan atau produk yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan tersirat atau dinyatakan. Sedangkan Sinambela dkk (2010:6) mengungkapkan bahwa kualitas adalah segala sesuatu yang memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Berdasarkan pemaparan di atas dapat diartikan bahwa kualitas adalah standar yang harus memuaskan siapapun yang dilayani dalam hal ini konsumen baik secara internal maupun eksternal yaitu dengan memenuhi yang dibutuhkan dan dituntutkan oleh konsumen.

##### b. Pengertian Pelayanan (Jasa)

Sampara dalam Sinambela (2011:5) mengungkapkan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang berinteraksi langsung antara individu dengan individu lain ataupun mesin secara fisik, dan menghasilkan kepuasan kepada individu tersebut. Selain itu Kotler & Keller (2012:214) juga mengungkapkan bahwa jasa adalah aktifitas, manfaat atau *performance* (kinerja) yang disediakan oleh satu pihak kepada pihak lain dan bersifat *intangible* (tidak nyata) serta tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun, dan dalam produksinya dapat terikat ataupun tidak dengan produk fisik. Dari pemaparan tersebut dapat diartikan bahwa pelayanan atau jasa adalah melayani dan menyediakan segala sesuatu yang diperlukan oleh individu lain yaitu dalam hal ini adalah konsumen.

##### c. Pengertian Kualitas Pelayanan

Fitzsimmons bersaudara dalam Sulastiyono (2011:35-36) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah sesuatu yang terdiri dari himpunan kesatuan

(kompleks) dan konsumen menilai kualitas pelayanan melalui lima aspek pelayanan sebagai ukurannya, yaitu:

1. Bukti nyata (*Tangibles*), dalam hal ini adalah sesuatu yang nampak atau nyata, seperti penampilan para karyawan, fasilitas – fasilitas fisik lainnya seperti peralatan dan perlengkapan yang mendukung pelaksanaan pelayanan.
2. Empati (*Empathy*), dalam hal ini adalah memberikan perhatian yang bersifat individu kepada konsumen secara khusus. Aspek Empati ini memiliki ciri-ciri, yaitu kemauan karyawan melakukan pendekatan terhadap konsumen, memberikan perlindungan serta upaya untuk memahami perasaan, kebutuhan dan keinginan konsumen.
3. Daya tanggap (*Responsiveness*), dalam hal ini adalah keinginan dan kesadaran untuk bertindak cepat dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan tepat waktu.
4. Keandalan (*Reliability*), dalam hal ini adalah kemampuan yang diberikan secara benar dan tepat pada pelayanan yang telah dijanjikan kepada konsumen.
5. Jaminan (*Assurance*), dalam hal ini adalah sopan santun dan pengetahuan serta kepercayaan diri para karyawan. Aspek Jaminan mempunyai ciri-ciri yaitu, sopan dan hormat (*respect*) kepada konsumen dan mempunyai kompetensi dalam memberikan pelayanan.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam hal pemahaman melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis banyak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penulis tetapi isi dan hasil penelitiannya berbeda – beda. Berdasarkan hal tersebut penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai refrensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang memiliki kaitan tentang kualitas pelayanan:

**TABEL 4**  
**PENELITIAN TERDAHULU**

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Nandy Dewangga S, Wahyu Hidayat, Widiartanto (2014)	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Hotel Santika Premiere Semarang	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen, yang mana aspek bukti nyata, empati, daya tanggap, keandalan dan jaminan dapat menentukan tingkat kepuasan konsumen pada Hotel Santika Premiere Semarang.
2	Muhammad Fakhry Amrullah	Analisis Kualitas Pelayanan Hotel Laa	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat

	(2018)	Royba Di Pekalongan	persepsi kinerja dari dimensi – dimensi kualitas pelayan seperti bukti nyata, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati harus sesuai dengan tingkat harapan dari dimensi – dimensi kualitas pelayanan tersebut agar dapat menciptakan kepuasan konsumen di Hotel Laa Royba Pekalongan.
3	Yopi Alexander (2010)	Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Penginapan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Arinas Di Bandar Lampung	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh hotel, dalam hal ini yaitu jasa penginapan yang memberikan pengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Hotel Arina di Bandar Lampung.

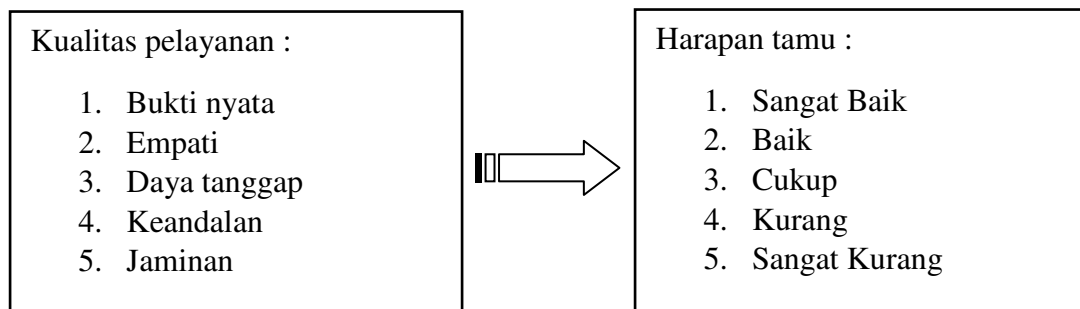
Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Bedasarkan tabel di atas terdapat beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang penulis lakukan. Penulis melakukan penelitian mengenai analisis kualitas pelayanan produk kamar untuk kepuasan tamu individual terhadap pelayanan di hotel ini sehingga membedakan tujuan penelitian dengan tujuan penelitian terdahulu.

### **C. Kerangka Pemikiran**

Saat ini persaingan industri hotel semakin kompetitif, sehingga kepuasan konsumen menjadi kepentingan utama. Para konsumen pun sangat selektif dalam memilih tempat menginap yang murah, aman, nyaman, menjanjikan, serta bisa memuaskan konsumen tersebut, sehingga pengelola industri hotel dapat menanggapi masalah tersebut. Dalam menanggapi masalah tersebut maka pengelola industri hotel harus bisa memahami harapan konsumen. Selain itu, pihak hotel harus menggunakan strategi dalam memasarkan produk yang disediakan untuk konsumen, baik dari segi strategi pemasaran yang terdiri dari produk maupun jasa layanan yang diberikan, fasilitas pendukung, harga yang ditetapkan serta promosi yang diterapkan sudah memuaskan konsumen atau belum, dampak dari adanya rancangan tersebut kualitas pelayanan yang diberikan dapat meningkat.

Dalam penelitian ini, kerangka pemikiran bertujuan untuk menjelaskan analisis kualitas pelayanan di Hotel Banana Inn Bandung. Berdasarkan pada pemaparan teori di atas, bahwa kualitas pelayanan adalah nilai yang diberikan konsumen pada produk maupun jasa layanan yang diberikan berdasarkan lima aspek pelayanan sesuai dengan yang dikatakan Fitzsimmons bersaudara dalam Sulastiyono (2011:35-36) bahwa kualitas pelayanan adalah sesuatu yang terdiri dari himpunan kesatuan (kompleks) dan konsumen akan memberikan penilaian kualitas pelayanan melalui lima aspek pelayanan sebagai ukurannya, yaitu bukti nyata, empati, daya tanggap, keandalan dan jaminan. Penulis akan menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan lima variabel bebas (Kualitas Pelayanan). Hal ini digambarkan seperti gambar berikut:



**GAMBAR 1**  
**KERANGKA PEMIKIRAN**

Sumber: Fitzsimmons bersaudara dalam Sulastiyono (2011:35-36)

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Ali Maksum (2012:95) mengungkapkan bahwa desain penelitian adalah rumusan tentang bagaimana penelitian akan dilaksanakan. Rumusan tersebut dipakai untuk memperoleh jawaban terhadap pertanyaan penelitian yang di rumuskan.

Sedangkan Sugiyono (2015:53) mengungkapkan bahwa deskriptif merupakan penelitian yang dilaksanakan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen, karena kalau variabel independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen).

“Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasari atas pengumpulan dan analisis data yang berbentuk angka (numerik) untuk menjelaskan, menduga dan mengontrol fenomena yang ingin di teliti” (Gay, dkk. dalam Leo 2013). Sugiyono (2003:14) juga mengungkapkan bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Sedangkan menurut Kasiram (2008:149) penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, metode yang dipakai untuk penelitian ini adalah metode kuantitatif yang dimana pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan kuesioner tertulis yang diberikan kepada responden untuk

diisi dengan keadaan sebenarnya. Pada penelitian ini variabel yang di teliti oleh penulis adalah Kualitas Pelayanan yang merupakan variabel bebas (independen).

## **B. Obyek Penelitian**

Suharsimi Arikunto (2005:29) mengungkapkan bahwa obyek penelitian merupakan variabel penelitian yaitu sesuatu yang merupakan inti dari masalah yang ada dalam penelitian. Obyek penelitian yang diteliti oleh penulis adalah analisis kualitas pelayanan, sedangkan Suharsimi Arikunto (2005:116) mengungkapkan bahwa subyek penelitian merupakan tempat, orang, hal atau benda yang dimana di dalamnya terdapat data untuk variabel penelitian. Subyek penelitian ini adalah Hotel Banana Inn Bandung. Penelitian ini dilakukan pada periode bulan Januari hingga bulan Agustus 2019.

## **C. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Suharsimi Arikunto (2002:108) mengungkapkan bahwa populasi merupakan seluruh subyek penelitian yang berhubungan dengan wilayah penelitian atau sumber data yang dijadikan sumber penelitian, sedangkan Sugiyono (2011: 90) mengungkapkan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek atau obyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian disimpulkan. Populasi yang akan digunakan pada penelitian ini adalah tamu yang sedang menginap dan yang telah merasakan pelayanan di Hotel Banana Inn



Bandung. Sebagai dasar pengambilan sampel maka penelitian ini berfokus pada jumlah tamu Hotel Banana Inn Bandung di 3 bulan terakhir tahun 2018 yaitu Oktober, November, Desember yang berjumlah sebanyak 11.782 orang.

## **2. Sampel**

Sugiyono (2011:91) mengungkapkan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, sedangkan Sukandar Rumidi (2006:50) mengungkapkan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki sifat yang sama dari obyek yang merupakan sumber data. Sampel pada penelitian ini adalah tamu yang menginap di Hotel Banana Inn Bandung. Sedangkan teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*.

Sugiyono (2013:218-219) mengungkapkan bahwa *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang didasari pada kriteria tertentu, seperti misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin beliau sebagai petinggi sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti. Cara penentuan sampel dengan teknik *purposive sampling* dimana konsumen yang memenuhi kriteria adalah sampel penelitian. Adapun kriteria yang ditentukan penulis sebagai berikut:

1. Responden berperan untuk memberikan masukan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Banana Inn Bandung.

2. Responden adalah tamu yang telah atau sedang mengunjungi dan merasakan kualitas pelayanan yang di sediakan di Hotel Banana Inn Bandung.

Sampel dalam penelitian ini yaitu tamu hotel dengan klasifikasi *domestic tourist*, FITs, dan *regular guest* di Hotel Banana Inn Bandung yang telah merasakan pelayanan di Hotel Banana Inn Bandung maka diambil sebanyak 100 orang dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N : Ukuran Populasi

e : Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel dapat ditolelir (e=0,1)

$$n = \frac{11.782}{1 + 11.782 (0,1)^2}$$

$$n = 99,16$$

Dari hasil perhitungan tersebut maka sampel yang diambil dibulatkan menjadi 100 dari 99,16.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan penelitian ini menggunakan metode survei dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sugiyono (2005:162)

mengungkapkan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data primer dan sekunder adalah jenis data yang akan di gunakan dalam penelitian ini, data primer ialah sumber dari data yang di berikan langsung kepada pengumpul data (penulis), dan data sekunder ialah data yang di dapatkan secara tidak langsung yang di berikan kepada pengumpul data (penulis), contohnya melalui orang lain atau melalui dokumen. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dimana instrumen tersebut adalah kuesioner tertulis, yang diberikan kepada responden untuk dijawab sesuai dengan keadaan sebenarnya.

### 2. Alat Pengumpul Data

Alat pengumpul data pada penelitian ini adalah kuesioner yang berbentuk skala penilaian (*rating scale*) berupa beberapa butir pertanyaan yang diikuti oleh beberapa kolom pada setiap pertanyaan yang dijawab oleh responden yang terdapat dalam tabel berikut:

**TABEL 5**  
**NILAI BUTIR PERTANYAAN**

<b>Alternatif Jawaban</b>		<b>Skor Butir</b>
<b>Kenyataan</b>	<b>Harapan</b>	<b>Soal</b>
Sangat Baik	Sangat Puas	5
Baik	Puas	4
Cukup	Cukup	3
Kurang	Tidak Puas	2
Sangat Kurang	Sangat Tidak Puas	1

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

### 3. Uji Validitas

Valid memiliki arti yaitu instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang ingin diukur. Validitas yang digunakan penelitian ini menggambarkan kesesuaian pengukur data dengan apa yang ingin diukur seperti yang diungkapkan oleh Augusty Ferdinand (2006). Penelitian ini menggunakan rumus korelasi dari Pearson di gunakan untuk menguji validitas instrumen penelitian, dengan rumus sebagai berikut:

Rumusnya validitas adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n (\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

**Keterangan :**

**r<sub>xy</sub>** = Koefisien korelasi *product moment* antara X dan Y

**X** = Skor pernyataan setiap nomor

**Y** = Skor total

**n** = Jumlah responden

Pengujian validitas dilakukan agar peneliti mengetahui apakah instrumen yang akan digunakan untuk penelitian dapat digunakan atau tidak. Untuk menguji validitas kuesioner yang akan digunakan, penulis mengambil sebanyak 100 responden sebagai tolak ukur nilai r hitung dengan r tabel, dengan membuat pertanyaan sebanyak 20 buah dan signifikansi 1% (=0,01) sehingga didapatkan nilai r tabel sebesar 0,2301 pengujian validitas. Pada penelitian ini peneliti

menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 25 sebagai alat bantu olah data, berikut ini adalah hasil olah data sebagai berikut:

**TABEL 6**  
**VALIDITAS KUALITAS PELAYANAN ASPEK BUKTI NYATA**

No. pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,848	0,2301	Valid
2	0,799	0,2301	Valid
3	0,773	0,2301	Valid
4	0,744	0,2301	Valid
5	0,730	0,2301	Valid
6	0,453	0,2301	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan pada data yang telah didapatkan menunjukkan validitas pada aspek bukti nyata dengan 6 indikator yang telah digunakan sebagai kuesioner dinyatakan valid dengan nilai keseluruhan indikator ( $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.).

**TABEL 7**  
**VALIDITAS KUALITAS PELAYANAN ASPEK EMPATI**

No. pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
7	0,914	0,2301	Valid
8	0,898	0,2301	Valid
9	0,790	0,2301	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan pada data yang telah didapatkan menunjukkan validitas pada aspek empati dengan 3 indikator yang telah digunakan sebagai kuesioner dinyatakan valid dengan nilai keseluruhan indikator ( $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.).

**TABEL 8**  
**VALIDITAS KUALITAS PELAYANAN ASPEK DAYA TANGGAP**

No. pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
10	0,903	0,2301	Valid
11	0,867	0,2301	Valid
12	0,866	0,2301	Valid
13	0,727	0,2301	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan pada data yang telah didapatkan menunjukkan validitas pada aspek daya tanggap dengan 4 indikator yang telah digunakan sebagai kuesioner dinyatakan valid dengan nilai keseluruhan indikator ( $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.).

**TABEL 9**  
**VALIDITAS KUALITAS PELAYANAN ASPEK KEANDALAN**

No. pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
14	0,643	0,2301	Valid
15	0,724	0,2301	Valid
16	0,751	0,2301	Valid
17	0,764	0,2301	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan pada data yang telah didapatkan menunjukkan validitas pada aspek daya tanggap dengan 4 indikator yang telah digunakan sebagai kuesioner dinyatakan valid dengan nilai keseluruhan indikator ( $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.).

**TABEL 10**  
**VALIDITAS KUALITAS PELAYANAN ASPEK JAMINAN**

No. pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
18	0,824	0,2301	Valid
19	0,802	0,2301	Valid
20	0,765	0,2301	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan pada data yang telah didapatkan menunjukkan validitas pada aspek daya tanggap dengan 3 indikator yang telah digunakan sebagai kuesioner dinyatakan valid dengan nilai keseluruhan indikator ( $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.).

#### 4. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan sebuah instrumen yang dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Jadi, syarat kunci untuk instrumen pengukuran adalah konsisten atau tidak berubah – ubah seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2004). Metode *Cronbach's Alpha* digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian dengan rumus sebagai berikut:

$$a = \left( \frac{K}{K-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \delta^2 j}{\delta^2 t} \right)$$

**Keterangan:**

$a$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \delta^2 b$  = Jumlah varian butir

$\delta^2 t$  = Varian total

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha  $>$  0,6 seperti yang dikemukakan oleh Imam Ghozali (2007).



**TABEL 11**  
**STATISTIK RELIABILITAS INSTRUMEN**

Cronbach's Alpha	N of item
0,934	20

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan hasil uji reliabilitas , instrumen penelitian kualitas pelayanan dengan 20 indikator menunjukkan hasil nilai  $> 0,80$ , maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan hasil indikator adalah reliabel.

### **E. Definisi Operasional Variabel**

Ali Maksun (2012:29) mengungkapkan bahwa variabel merupakan konsep yang memiliki variabilitas (keberagaman) yang menjadi fokus penelitian. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu hotel di Hotel Banana Inn Bandung yang artinya kinerja yang dimiliki oleh Hotel Banana Inn Bandung dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

Kemudian Sugiyono (2005:162) mengungkapkan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner disajikan dalam bentuk pertanyaan yang akan dijawab oleh responden. Jawaban diberikan dengan tanda *check list* ( $\surd$ ) pada lembar jawaban yang sudah disediakan, khusus kolom dengan menuliskan angka-angka dari jumlah yang tersedia dan diisi oleh tamu hotel di Hotel Banana Inn Bandung.

Adapun matriks operasional variabel yang digunakan dalam membuat kuesioner adalah sebagai berikut.

**TABEL 12**  
**MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Insutrumen	Ukuran
Kualitas Pelayanan	Bukti nyata	1. Kondisi bangunan hotel	Kuesioner	Ordinal
		2. Kondisi fasilitas kamar		
		3. Peralatan yang digunakan modern		
		4. Teknologi yang digunakan modern		
		5. Kondisi tempat parkir yang memadai dan aman		
		6. Penampilan karyawan rapih dan menarik		
	Empati	7. Perhatian karyawan kepada konsumen	Kuesioner	Ordinal
		8. Karyawan memahami kebutuhan konsumen		
		9. Karyawan mempunyai kemampuan		

		komunikasi yang baik dengan konsumen		
	Daya tanggap	10. Karyawan cepat tanggap dalam menerima keluhan konsumen	Kuesioner	Ordinal
		11. Karyawan cepat menyelesaikan masalah yang timbul		
		12. Karyawan selalu bersedia membantu menghadapi kesulitan yang dihadapi konsumen		
		13. Karyawan memberikan pelayanan yang profesional, ramah dan teliti		
	Keandalan	14. Kemudahan dalam sistem pembayaran	Kuesioner	Ordinal
		15. Prosedur pelayanan disampaikan dengan jelas dan mudah dimengerti		
		16. Karyawan menyelesaikan	Kuesioner	Ordinal

		masalah sesuai waktu yang dijanjikan		
		17. Karyawan menyelesaikan keluhan konsumen dengan baik		
	Jaminan	18. Pihak hotel memberikan jaminan keamanan dan keselamatan	Kuesioner	Ordinal
		19. Karyawan memberikan keakuratan dalam setiap pelayanan		
		20. Karyawan selalu bersikap ramah dan sabar		

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

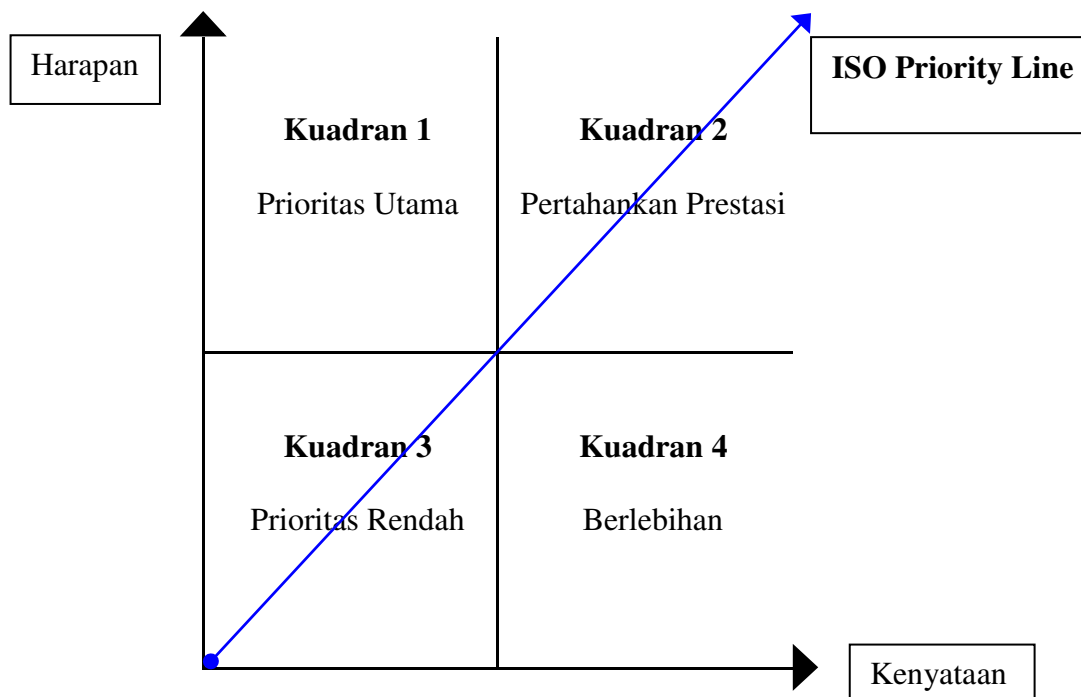
## **F. Analisis Data**

### 1. Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA)

*Importance Performance Analysis* (IPA) dipakai untuk mengukur hubungan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan oleh konsumen. IPA dikenal pula sebagai *quadrant analysis*, fungsi utama IPA adalah untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor – faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan mereka, dan faktor – faktor pelayanan

yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

Pada *quadrant analysis* terdapat garis diagonal yang memotong kuadran menjadi 2 bagian, kuadran atas dan kuadran bawah. Garis tersebut disebut *ISO Priority Line* atau garis prioritas, yaitu garis diagonal atau garis miring yang digunakan untuk membedakan daerah prioritas. Garis prioritas tersebut digunakan untuk menentukan indikator mana yang menjadi prioritas dalam usaha peningkatan kualitas. Daerah yang berada di atas garis prioritas merupakan daerah dari indikator yang memiliki prioritas paling tinggi, berikut ini adalah gambar kuadrannya.



**GAMBAR 2**  
**IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (QUADRANT ANALYSIS)**

Sumber: <http://ariyoso.wordpress.com/2009/12/15/konsep-importance-performance-analysis>

Keterangan kuadran:

1. Menunjukkan indikator yang dianggap mempengaruhi konsumen, termasuk unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun kenyataan produk tidak sesuai dengan harapan konsumen sehingga tidak puas.
2. Menunjukkan indikator yang dianggap mempengaruhi konsumen, termasuk unsur jasa yang dianggap sangat penting dan memuaskan, sehingga wajib dipertahankan.
3. Menunjukkan indikator yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen, keberadaannya biasa saja dan dianggap kurang penting serta kurang memuaskan.
4. Menunjukkan indikator yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen, keberadaannya kurang penting namun dilakukan secara berlebihan sehingga memuaskan.

Gambar kuadran di atas dipakai untuk menggambarkan indikator prioritas guna perbaikan ke depannya dan dapat memberikan panduan untuk formulasi. Martila dalam Lupiyoadi (2015) mengungkapkan prosedur dan pengukuran *Importance Performance Analysis* (IPA) sebagai berikut:

- a. Menghitung nilai kesesuaian untuk menentukan prioritas perbaikan kinerja dalam meningkatkan kepuasan konsumen dengan rumus sebagai berikut:

$$TKi = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

Keterangan:

TKi = Tingkat kesesuaian

xi = Skor penilaian kinerja

$y_i$  = Skor penilaian kepentingan pelanggan

- b. Menghitung rata-rata untuk setiap indikator yang diharapkan oleh konsumen, dengan rumus sebagai berikut:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan:

$X_i$  = Skala rata-rata tingkat kinerja

$Y_i$  = Skala rata-rata tingkat kepentingan

$n$  = Jumlah responden

- c. Membagi diagram kartesius menjadi 4 bagian dengan cara menghitung rata-rata dari rata-rata skala tingkat harapan dan kenyaraan. Untuk mengetahui posisi responden, maka di gunakan diagram kartesius. Langkah—langkahnya sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{K} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{K}$$

Keterangan:

$K$  = Banyaknya variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan

$\bar{X}$  = Rata-rata dari skala rata-rata tingkat kinerja perusahaan

$\bar{X}_i$  = Skala rata-rata tingkat kinerja

$\bar{Y}$  = Rata-rata dari skala rata-rata tingkat kepentingan/harapan konsumen

$\bar{Y}_i$  = Skala rata-rata tingkat kepentingan

Hasil dari perhitungan rumus tersebut akan menghasilkan absis dan ordinat, untuk  $\bar{X}$  mewakili absis dan  $\bar{Y}$  mewakili ordinat. Selanjutnya tingkat rata-rata (harapan yang dirasakan) tersebut akan di jabarkan dan di bagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius (kuadran).

## 2. Analisis Metode *Servqual*

Metode ini dikembangkan oleh Zeithaml (1990) menggunakan pendekatan *user-based approach*, yang mengukur kualitas jasa secara kuantitatif dalam bentuk kuisisioner dan mengandung aspek – aspek kualitas jasa yaitu bukti nyata, empati, daya tanggap, keandalan dan jaminan. Metode ini secara garis besar terbagi menjadi 2 bagian yaitu:

1. Bagian ekspektasi, yang memuat pertanyaan – pertanyaan untuk mengetahui dengan pasti ekspektasi atau harapan umum dari konsumen terhadap sebuah jasa
2. Bagian persepsi, yang memuat pertanyaan – pertanyaan untuk mengukur persepsi konsumen tentang pelayanan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan kategori tertentu. Tanggapan konsumen dinyatakan dengan skala Likert, untuk selanjutnya konsumen diharapkan memberikan bobot kepentingan dari masing – masing indikator yang ada.

Perhitungan nilai *Servqual* adalah sebagai berikut:

$$\bar{X}E_i = \frac{\sum E_i}{n}$$

$$\bar{X}P_i = \frac{\sum P_i}{n}$$

Keterangan:



$\bar{X}E_i$  = nilai rata-rata sampel harapan tiap indikator kualitas ke i

$\bar{X}P_i$  = nilai rata-rata sampel kenyataan tiap atribut kualitas ke i

$\sum E_i$  = total nilai ekspektasi tiap atribut kualitas seluruh responden

$\sum P_i$  = total nilai persepsi tiap atribut kualitas seluruh responden

$n$  = jumlah responden

Nilai *servqual* merupakan selisih antara nilai kenyataan dengan nilai harapan, dan diformulasikan sebagai berikut:

$$SS_i = \bar{X}P_i - \bar{X}E_i$$

Keterangan:

$SS_i$  = *Servqual score* tiap atribut kualitas

*Servqual score* negatif menunjukkan bahwa terdapat indikasi adanya gap/kesenjangan kualitas pada indikator kualitas tersebut. Sedangkan *servqual score* positif menunjukkan indikasi kualitas yang cukup memuaskan pelanggan.

### 3. Analisis Deskriptif

Sugiyono (2012) mengungkapkan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang terkumpul tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Teknik analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan tingkat harapan dan kenyataan yang dirasakan oleh responden penelitian.

Pengukuran di dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang masing-masing pertanyaan disertai dengan lima kemungkinan jawaban yang harus dipilih, yaitu Skala Likert yang disebut juga *rating scale*, merupakan teknik pengukuran sikap yang paling luas digunakan dalam riset pemasaran (Simamora, 2008). Skala ini memungkinkan responden untuk mengekspresikan intensitas perasaan mereka.

Pertanyaan yang diberikan adalah pertanyaan tertutup. Pilihan dibuat berjenjang mulai dari intensitas paling rendah sampai paling tinggi. Adapun skala penilaian dari angka 1 sampai 5. dimana penjabarannya sebagai berikut:

1 = Sangat Kurang

2 = Kurang

3 = Cukup

4 = Baik

5 = Sangat Baik

Dari jawaban tersebut kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pertanyaan berdasarkan persentase dengan langkah sebagai berikut (Indrawati, 2015):

- a. Nilai kumulatif yaitu jumlah dari setiap pertanyaan yang merupakan jawaban dari masing-masing responden.
- b. Persentase yaitu nilai kumulatif pertanyaan dibagi dengan nilai frekuensi kemudian dikalikan dengan 100%
- c. Menghitung jumlah kumulatif tertinggi dan terendah. Jumlah responden yang diteliti yaitu 100 orang dengan 20 pertanyaan. Nilai skala pengukuran tertinggi yaitu 5 dengan nilai skala terendah yaitu 1. Jumlah kumulatif tertinggi yaitu  $100 \times 20 \times 5 = 10.000$  selanjutnya jumlah kumulatif terendah yaitu  $100 \times 20 \times 1 = 2.000$  adapun nilai persentase tertinggi adalah  $(2.000 / 10.000) \times 100\% = 20\%$

Menghitung nilai rentan melalui persentase skor tertinggi dikurangi dengan persentase skor yang terendah dibagi dengan jumlah skala menjadi  $(100\% - 20\%) / 5 = 16\%$

**TABEL 13**  
**KATEGORI INTERPRETASI SKOR**

Persentase	Kategori
20% - 36%	Sangat Kurang
36,1% - 52,1%	Kurang
52,2% - 68,2%	Cukup
68,3% - 84,3%	Baik
84,4% - 100%	Sangat Baik

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

### **G. Jadwal Penelitian**

Penyusunan Jadwal penelitian dimulai dari penyusunan TOR pada Bulan Januari 2019 hingga penyusunan skripsi pada Juli 2019, yang disajikan pada tabel berikut:

**TABEL 14**  
**JADWAL PENELITIAN**

<b>No.</b>	<b>Kegiatan</b>	<b>Jan</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Apr</b>	<b>Mei</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>
1	Penyusunan TOR							
2	Penyusunan Usulan Penelitian							
3	Seminar Usulan Penelitian							
4	Perbaikan Usulan Penelitian							
5	Pengumpulan Data							
6	Analisis Data							
7	Penyusunan Skripsi							
8	Sidang Skripsi							

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

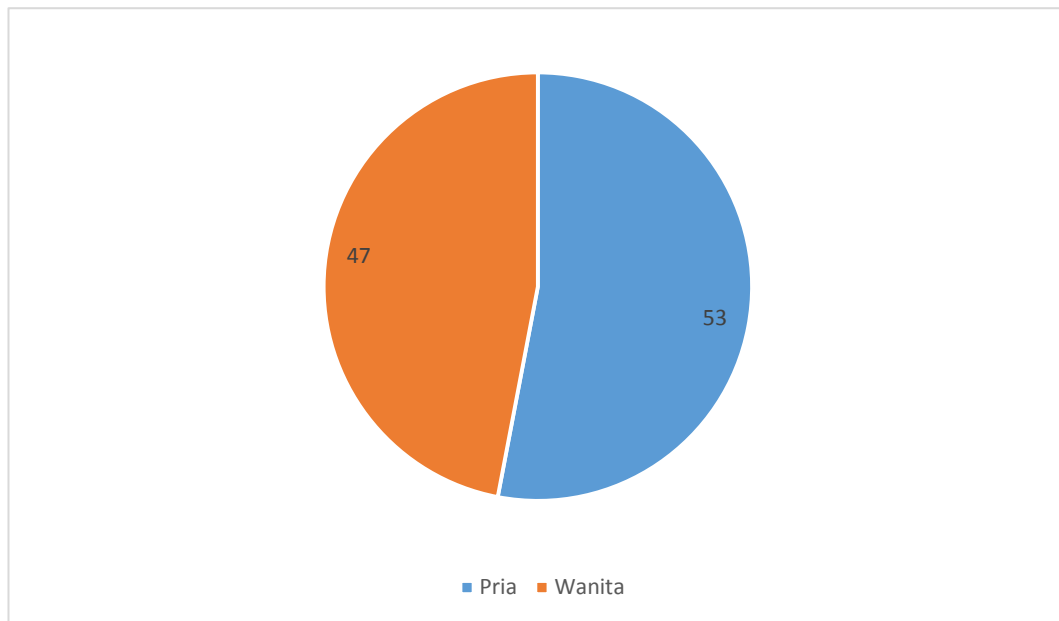
Pada bab ini, penulis akan memaparkan hasil data yang didapat terkait dengan kualitas pelayanan yang diberikan di Hotel Banana Inn Bandung melalui data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada 60 responden. Berikut ini adalah pembahasannya.

#### **A. Karakteristik Responden**

Responden pada penelitian ini adalah tamu Hotel Banana Inn Bandung yang sedang atau sudah menginap dan telah merasakan pelayanan yang diberikan oleh Hotel Banana Inn Bandung. Kuesioner ini mempunyai 2 bentuk, yaitu bentuk fisik (*hard copy*) dan dalam bentuk digital melalui *google form* yang kemudian disebarakan melalui media sosial seperti *email*, dan *whatsapp*. Dalam penyebaran kuesioner ini, penulis dibantu oleh pihak manajemen hotel agar jumlah responden dalam penelitian ini terpenuhi. Penyebaran kuesioner ini di lakukan selama 21 hari dengan jumlah sampel 100 responden.

### 1. Responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar, didapati gambaran secara umum responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada gambar berikut:



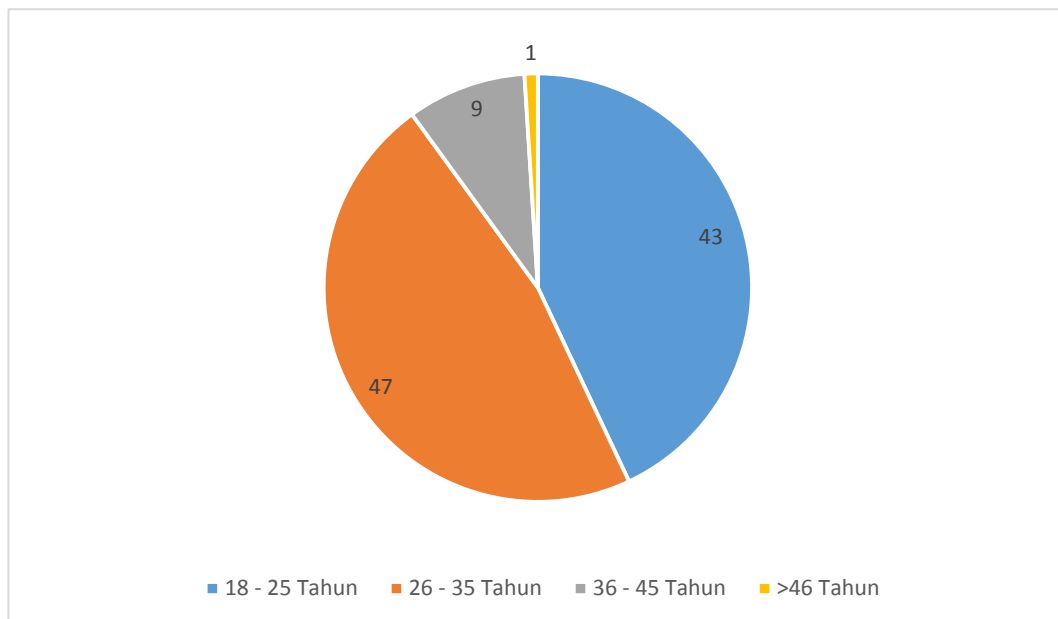
**GAMBAR 3**  
**RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN**

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dapat dilihat dari gambar di atas bahwa responden yang telah menginap dan merasakan pelayanan yang diberikan Hotel Banana Inn Bandung sebanyak 53 responden pria dengan persentase 53% dan 47 responden wanita dengan persentase 47%.

## 2. Responden berdasarkan usia

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar, didapati gambaran secara umum responden berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar berikut:



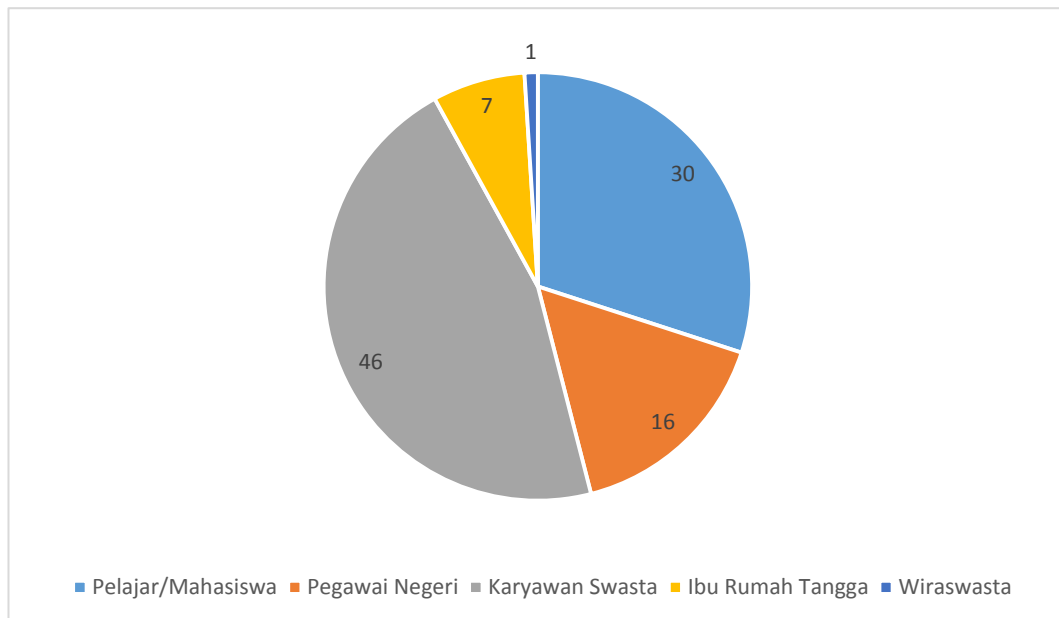
**GAMBAR 4**  
**RESPONDEN BERDASARKAN USIA**

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dapat dilihat dari gambar di atas bahwa responden yang telah menginap dan merasakan pelayanan yang diberikan Hotel Banana Inn Bandung sebanyak 43 responden berusia 18 – 25 tahun dengan persentase 43%, 47 responden berusia 26 – 35 tahun dengan persentase 47%, 9 responden berusia 36 – 45 tahun dengan persentase 9%, 1 responden berusia >46 tahun dengan persentase 1%.

### 3. Responden berdasarkan pekerjaan

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar, didapati gambaran



secara umum responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada gambar berikut:

**GAMBAR 5**  
**RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN**

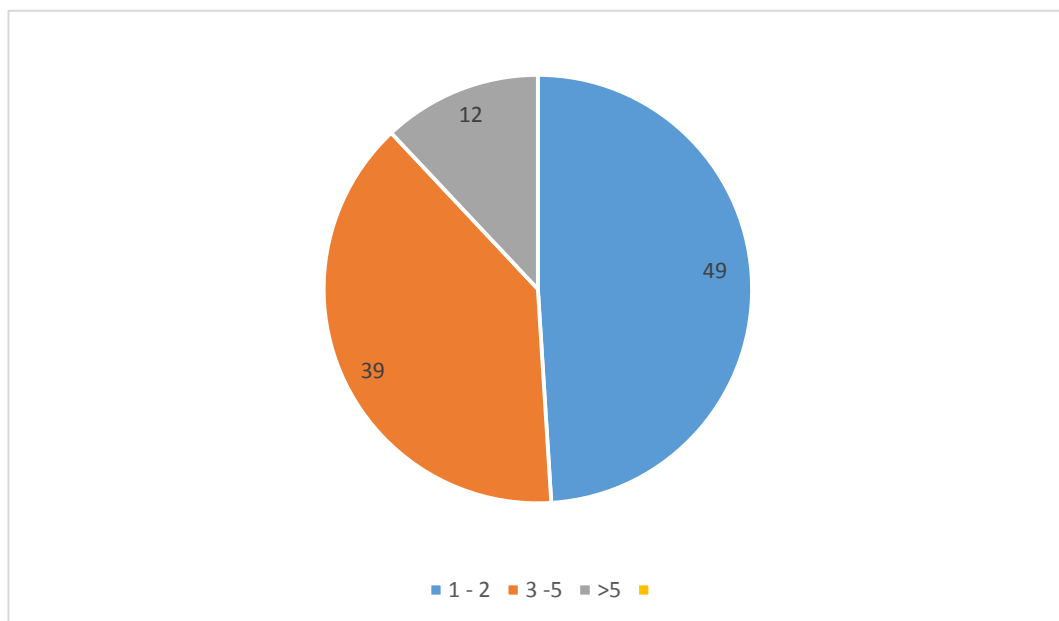
Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dapat dilihat dari gambar di atas bahwa responden yang telah menginap dan merasakan pelayanan yang diberikan Hotel Banana Inn Bandung sebanyak 30 responden pelajar/mahasiswa dengan persentase 30%, 16 responden pegawai negeri dengan persentase 16%, 46 responden karyawan swasta dengan persentase 46%, 7 responden ibu rumah tangga dengan persentase 7%, 1 responden wiraswasta dengan persentase 1%.



#### 4. Responden berdasarkan jumlah pengalaman menginap

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar, didapati gambaran secara umum responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada gambar berikut:



**GAMBAR 6**  
**RESPONDEN BERDASARKAN JUMLAH PENGALAMAN MENGINAP**

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dapat dilihat dari gambar di atas bahwa responden yang telah menginap dan merasakan pelayanan yang diberikan Hotel Banana Inn Bandung sebanyak 49 responden memiliki jumlah pengalaman menginap sebanyak 1 – 2 kali dengan persentase 49%, 39 responden memiliki jumlah pengalaman menginap sebanyak 3 – 5 kali dengan persentase 39%, 12 responden memiliki jumlah pengalaman menginap sebanyak >5 kali dengan persentase 12

### **B. Data Kualitas Pelayanan di Hotel Banana Inn Bandung**

Berikut ini penulis akan memaparkan data yang telah didapat dari Hotel Banana Inn Bandung, pemaparan data penelitian ini mengenai kualitas pelayanan di Hotel Banana Inn Bandung berupa hasil kuesioner yang berdasarkan pada lima aspek pelayanan yaitu bukti nyata, empati, daya tanggap, keandalan, jaminan.

**TABEL 15**

No	Pertanyaan	Kenyataan					Harapan				
		SK	K	C	B	SB	STP	TP	C	P	SP
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Bagaimana kondisi gedung hotel tersebut?	0	4	45	48	3	2	11	47	33	7
2	Bagaimana fasilitas kamar hotel tersebut?	0	5	46	46	3	0	4	48	44	4
3	Apakah peralatan yang digunakan oleh hotel sudah modern?	0	39	41	18	2	0	11	46	38	5
4	Apakah teknologi yang digunakan oleh hotel sudah modern?	0	41	38	19	2	0	10	46	40	4
5	Apakah kondisi tempat parkir hotel tersebut memadai dan aman?	0	4	21	62	13	0	4	54	34	8
6	Apakah penampilan karyawan hotel rapih dan menarik?	1	1	8	46	44	0	4	47	41	8

#### **HASIL KUESIONER PENELITIAN ASPEK BUKTI NYATA**

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

TABEL 16

No	Pertanyaan	Kenyataan					Harapan				
		SK	K	C	B	SB	STP	TP	C	P	SP
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
7	Bagaimana perhatian yang diberikan oleh karyawan hotel kepada konsumen?	0	5	56	29	10	0	8	48	38	6
8	Apakah karyawan hotel memahami kebutuhan konsumen?	1	7	53	33	6	0	7	49	38	6
9	Apakah karyawan hotel mempunyai kemampuan komunikasi yang baik dengan konsumen?	0	5	33	48	14	0	7	51	36	6

**HASIL KUESIONER PENELITIAN ASPEK EMPATI**

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

**TABEL 17**  
**HASIL KUESIONER PENELITIAN ASPEK DAYA TANGGAP**

No	Pertanyaan	Kenyataan					Harapan				
		SK	K	C	B	SB	STP	TP	C	P	SP
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
10	Apakah karyawan hotel cepat tanggap dalam menerima keluhan konsumen?	1	12	56	25	6	0	10	44	38	8
11	Apakah karyawan hotel cepat menyelesaikan masalah yang timbul?	1	14	50	32	3	0	5	51	37	7
12	Apakah karyawan hotel selalu bersedia membantu menghadapi kesulitan yang konsumen hadapi?	1	5	57	31	6	0	10	45	38	7
13	Apakah karyawan hotel memberikan pelayanan yang profesional, ramah dan teliti?	0	2	25	60	13	0	4	48	39	9

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

TABEL 18

No	Pertanyaan	Kenyataan					Harapan				
		SK	K	C	B	SB	STP	TP	C	P	SP
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
14	Bagaimana kemudahan dalam sistem pembayaran hotel tersebut?	0	2	15	59	24	0	6	45	43	6
15	Apakah prosedur pelayanan hotel disampaikan dengan jelas dan mudah dimengerti?	0	4	28	60	8	0	8	44	45	3
16	Apakah karyawan hotel menyelesaikan masalah sesuai waktu yang dijanjikan?	1	19	52	22	6	1	6	52	36	5
17	Apakah karyawan hotel menyelesaikan keluhan konsumen dengan baik?	1	12	56	27	4	0	8	46	38	8

**HASIL KUESIONER PENELITIAN ASPEK KEANDALAN**

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

TABEL 19

No	Pertanyaan	Kenyataan					Harapan				
		SK	K	C	B	SB	STP	TP	C	P	SP
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
18	Bagaimana jaminan keamanan dan keselamatan yang diberikan hotel tersebut?	0	6	53	34	7	0	5	52	36	7
19	Bagaimana keakuratan pelayanan yang diberikan oleh hotel tersebut?	0	14	55	24	7	0	6	49	37	8
20	Apakah karyawan hotel selalu bersikap ramah dan sabar?	0	3	19	54	24	0	4	43	44	9

**HASIL KUESIONER PENELITIAN ASPEK JAMINAN**

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

### **C. Perhitungan Nilai *Servqual***

Perhitungan nilai *servqual* antara kenyataan dengan harapan akan dihitung dengan analisis metode *servqual* (kualitas jasa). Selain menunjukkan kualitas jasa pada sebuah instansi atau perusahaan, skor *servqual* juga menunjukkan kepuasan konsumen dalam perusahaan tersebut. Dalam perhitungan skor *servqual*, skor dengan tanda (-) negatif bisa dikatakan bahwa terdapat indikasi adanya kesenjangan kualitas pada indikator kualitas tersebut, sedangkan jika skor menunjukkan tanda (+) positif bisa dikatakan bahwa indikasi kualitas pelayanan tersebut sudah cukup atau memuaskan pelanggan. Berikut ini adalah hasil dari perhitungan nilai kesenjangan antara kenyataan dengan harapan menurut konsumen.

**TABEL 20**  
**NILAI PERHITUNGAN KESENJANGAN (GAP) ANTARA KENYATAAN**  
**DENGAN HARAPAN**

No.	Indikator	Kenyataan (X)	Harapan (Y)	Gap (X – Y)
1	Kondisi bangunan hotel	3.5	3.32	0.18
2	Kondisi fasilitas kamar	3.47	3.48	-0.01
3	Peralatan yang digunakan modern	2.83	3.37	-0.54
4	Teknologi yang digunakan modern	2.82	3.38	-0.56
5	Kondisi tempat parkir yang memadai dan aman	3.84	3.46	0.38
6	Penampilan karyawan rapih dan menarik	4.31	3.53	0.78
7	Perhatian karyawan kepada konsumen	3.44	3.42	0.02
8	Karyawan memahami kebutuhan konsumen	3.36	3.43	-0.07
9	Karyawan mempunyai kemampuan komunikasi yang baik dengan konsumen	3.71	3.41	0.3
10	Karyawan cepat tanggap dalam menerima keluhan konsumen	3.23	3.44	-0.21
11	Karyawan cepat menyelesaikan masalah yang timbul	3.22	3.46	-0.24
12	Karyawan selalu bersedia membantu menghadapi kesulitan yang dihadapi konsumen	3.36	3.42	-0.06
13	Karyawan memberikan pelayanan yang profesional, ramah dan teliti	3.84	3.53	0.31
14	Kemudahan dalam	4.05	3.49	0.56



	sistem pembayaran			
15	Prosedur pelayanan disampaikan dengan jelas dan mudah dimengerti	3.72	3.43	0.29
16	Karyawan menyelesaikan masalah sesuai waktu yang dijanjikan	3.13	3.38	-0.25
17	Karyawan menyelesaikan keluhan konsumen dengan baik	3.21	3.46	-0.25
18	Pihak hotel memberikan jaminan keamanan dan keselamatan	3.42	3.45	-0.03
19	Karyawan memberikan keakuratan dalam setiap pelayanan	3.24	3.47	-0.23
20	Karyawan selalu bersikap ramah dan sabar	3.99	3.58	0.41
	Rata - rata	3.48	3.45	0.04

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa masih ada beberapa indikator yang bertanda negatif (-) atau terjadinya kesenjangan antara kenyataan dengan harapan sehingga kurang memuaskan menurut konsumen. Hal ini dikarenakan harapan dari konsumen dengan kenyataan yang dirasakan oleh konsumen tidak sesuai, karena harapan dari konsumen lebih tinggi dari kenyataan yang dirasakan, seperti pada indikator nomor 2 yang bernilai (-0.01), nomor 3 (-0.54), nomor 4 (-0.56), nomor 8 (-0.07), nomor 10 (-0.21), nomor 11 (-0.24), nomor 12 (-0.06), nomor 16 (-0.25), nomor 17 (-0.25), nomor 18 (-0.03), nomor 19 (-0.23). Hal tersebut menandakan bahwa ada 11 dari 20 indikator yang bernilai negatif (-) yang artinya 11 dari 20 indikator yang kurang memuaskan. Selanjutnya

ada 9 dari 20 indikator yang bernilai positif (+) yang artinya 9 dari 20 indikator yang sudah memuaskan.

#### **D. Hasil Penelitian Tingkat Kualitas Pelayanan di Hotel Banana Inn**

##### **Bandung**

Berikut ini merupakan hasil penelitian tingkat kualitas pelayanan dari masing-masing aspek melalui perhitungan tingkat kesesuaian berdasarkan pada tingkat harapan dan kenyataan yang di rasakan oleh konsumen di Hotel Banana Inn Bandung dengan jumlah 100 responden dan 20 pertanyaan.

##### **1. Bukti nyata**

Berdasarkan hasil kuesioner, berikut merupakan hasil tanggapan responden pada aspek bukti nyata (*Tangible*) sebagai berikut:

**TABEL 21**  
**TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP ASPEK BUKTI NYATA**

No.	Indikator	Jumlah Hasil Kenyataan (Xi)	Jumlah Hasil Harapan (Yi)	Rata – rata Jumlah Hasil Kenyataan ( $\bar{X}_i$ )	Rata – rata Jumlah Hasil Harapan ( $\bar{Y}_i$ )	Tki
1	Kondisi bangunan hotel	350	332	3.50	3.32	105.42 %
2	Kondisi fasilitas kamar	347	348	3.47	3.48	99.71%
3	Peralatan yang digunakan modern	283	337	2.83	3.37	83,98%
4	Teknologi yang digunakan modern	282	338	2.82	2.82	83,43%
5	Kondisi tempat parkir yang memadai dan aman	384	346	3.84	3.46	110.98 %
6	Penampilan karyawan rapih dan menarik	431	353	4.31	3.53	122.10 %
Rata - rata		346.17	342.33	3.46	3.33	109.55 %

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

**TABEL 22**  
**NILAI BUTIR INDIKATOR**

Persentase	Kategori	Hasil
20% - 36%	Sangat Tidak Baik	<b>109.55% (Sangat Baik)</b>
36,1% - 52,1%	Tidak Baik	
52,2% - 68,2%	Cukup Baik	
68,3% - 84,3%	Baik	
84,4% - 100%	Sangat baik	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan tabel 9 dan tabel 10 dapat dilihat bahwa tingkat kesesuaian antara harapan dan kenyataan dari tamu terhadap aspek bukti nyata dikatakan sangat baik dengan memiliki persentase sebesar 109.55%. Dengan rata-rata

harapan sebesar 3.33 dan rata-rata kenyataan sebesar 3.46. Anggapan tersebut didukung dengan paparan pada masing-masing indikator:

1. Kondisi bangunan hotel (105.42%)
2. Kondisi fasilitas kamar (99.71%)
3. Peralatan yang digunakan modern (83.98%)
4. Teknologi yang digunakan modern (83.43%)
5. Kondisi tempat parkir yang memadai dan aman (110.98%)
6. Penampilan karyawan rapih dan menarik (122.10%)

## **2. Empati**

Berdasarkan hasil kuesioner, berikut merupakan hasil tanggapan responden pada aspek empati (*Empathy*) sebagai berikut:

**TABEL 23**  
**TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP ASPEK EMPATI**

No.	Indikator	Jumlah Hasil Kenyataan (Xi)	Jumlah Hasil Harapan (Yi)	Rata – rata Jumlah Hasil Kenyataan ( $\bar{X}_i$ )	Rata – rata Jumlah Hasil Harapan ( $\bar{Y}_i$ )	Tki
7	Perhatian karyawan kepada konsumen	344	342	3.44	3.42	100.58%
8	Karyawan memahami kebutuhan konsumen	336	343	3.36	3.43	97.96%
9	Karyawan mempunyai kemampuan komunikasi yang baik dengan konsumen	371	341	3.71	3.41	108.80%
Rata - rata		350.33	342	3.5	3.43	102.45%

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

**TABEL 24**  
**NILAI BUTIR INDIKATOR**

Persentase	Kategori	Hasil
20% - 36%	Sangat Tidak Baik	<b>102.45% (Sangat Baik)</b>
36,1% - 52,1%	Tidak Baik	
52,2% - 68,2%	Cukup Baik	
68,3% - 84,3%	Baik	
84,4% - 100%	Sangat baik	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan tabel 11 dan tabel 12 dapat dilihat bahwa tingkat kesesuaian antara harapan dan kenyataan dari tamu terhadap aspek bukti nyata dikatakan sangat baik dengan memiliki persentase sebesar 102.45%. Dengan rata-rata harapan sebesar 3.43 dan rata-rata kenyataan sebesar 3.5. Anggapan tersebut didukung dengan paparan pada masing-masing indikator:

7. Perhatian karyawan kepada konsumen (100.58%)
8. Karyawan memahami kebutuhan konsumen (97.96%)
9. Karyawan mempunyai kemampuan komunikasi yang baik dengan konsumen (108.80%)

### 3. **Daya tanggap**

Berdasarkan hasil kuesioner, berikut merupakan hasil tanggapan responden pada aspek empati (*Empathy*) sebagai berikut:

**TABEL 25**  
**TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP ASPEK DAYA TANGGAP**

No.	Indikator	Jumlah Hasil Kenyataan (Xi)	Jumlah Hasil Harapan (Yi)	Rata – rata Jumlah Hasil Kenyataan ( $\bar{X}_i$ )	Rata – rata Jumlah Hasil Harapan ( $\bar{Y}_i$ )	Tki
10	Karyawan cepat tanggap dalam menerima keluhan konsumen	323	344	3.23	3.44	93.90%
11	Karyawan cepat menyelesaikan masalah yang timbul	322	346	3.22	3.46	93.06%
12	Karyawan selalu bersedia membantu menghadapi kesulitan yang dihadapi konsumen	336	342	3.36	3.42	98.25%
13	Karyawan memberikan pelayanan yang profesional, ramah dan teliti	384	353	3.84	3.53	108.78%
Rata - rata		341.25	346.25	3.41	3.46	98.50 %

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

**TABEL 26**  
**NILAI BUTIR INDIKATOR**

Persentase	Kategori	Hasil
20% - 36%	Sangat Tidak Baik	<b>98.50% (Sangat Baik)</b>
36,1% - 52,1%	Tidak Baik	
52,2% - 68,2%	Cukup Baik	
68,3% - 84,3%	Baik	
84,4% - 100%	Sangat baik	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan tabel 13 dan tabel 14 dapat dilihat bahwa tingkat kesesuaian antara harapan dan kenyataan dari tamu terhadap aspek bukti nyata dikatakan sangat baik dengan memiliki persentase sebesar 98.50%. Dengan rata-rata harapan sebesar 3.46 dan rata-rata kenyataan sebesar 3.41. Anggapan tersebut didukung dengan paparan pada masing-masing indikator:

10. Karyawan cepat tanggap dalam menerima keluhan konsumen (93.90 %)
11. Karyawan cepat menyelesaikan masalah yang timbul (93.06 %)
12. Karyawan selalu bersedia membantu menghadapi kesulitan yang dihadapi konsumen (98.25 %)
13. Karyawan memberikan pelayanan yang profesional, ramah dan teliti (108.78 %)

#### **4. Keandalan**

Berdasarkan hasil kuesioner, berikut merupakan hasil tanggapan responden pada aspek keandalan (*Reliability*) sebagai berikut:



**TABEL 27**  
**TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP ASPEK KEANDALAN**

No.	Indikator	Jumlah Hasil Kenyataan (Xi)	Jumlah Hasil Harapan (Yi)	Rata – rata Jumlah Hasil Kenyataan ( $\bar{X}_i$ )	Rata – rata Jumlah Hasil Harapan ( $\bar{Y}_i$ )	Tki
14	Kemudahan dalam sistem pembayaran	405	349	4.05	3.49	116.05%
15	Prosedur pelayanan disampaikan dengan jelas dan mudah dimengerti	372	343	3.72	3.72	108.45%
16	Karyawan menyelesaikan masalah sesuai waktu yang dijanjikan	313	338	3.13	3.38	92.60 %
17	Karyawan menyelesaikan keluhan konsumen dengan baik	321	346	3.21	3.46	92.77 %
Rata - rata		352.75	344	3.53	3.51	102.47%

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

**TABEL 28**  
**NILAI BUTIR INDIKATOR**

Persentase	Kategori	Hasil
20% - 36%	Sangat Tidak Baik	<b>102.47 % (Sangat Baik)</b>
36,1% - 52,1%	Tidak Baik	
52,2% - 68,2%	Cukup Baik	
68,3% - 84,3%	Baik	
84,4% - 100%	Sangat baik	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan tabel 15 dan tabel 16 dapat dilihat bahwa tingkat kesesuaian antara harapan dan kenyataan dari tamu terhadap aspek bukti nyata dikatakan sangat baik dengan memiliki persentase sebesar 102.47%. Dengan rata-rata

harapan sebesar 3.51 dan rata-rata kenyataan sebesar 3.53. Anggapan tersebut didukung dengan paparan pada masing-masing indikator:

14. Kemudahan dalam sistem pembayaran (116.05 %)

15. Prosedur pelayanan disampaikan dengan jelas dan mudah dimengerti  
(108.45 %)

16. Karyawan menyelesaikan masalah sesuai waktu yang dijanjikan  
(92.60%)

17. Karyawan menyelesaikan keluhan konsumen dengan baik (92.77 %)

## 5. Jaminan

Berdasarkan hasil kuesioner, berikut merupakan hasil tanggapan responden pada aspek jaminan (*Assurance*) sebagai berikut:

**TABEL 29**  
**TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP ASPEK JAMINAN**

No.	Indikator	Jumlah Hasil Kenyataan (Xi)	Jumlah Hasil Harapan (Yi)	Rata – rata Jumlah Hasil Kenyataan ( $\bar{X}_i$ )	Rata – rata Jumlah Hasil Harapan ( $\bar{Y}_i$ )	Tki
18	Pihak hotel memberikan jaminan keamanan dan keselamatan	342	345	3.42	3.45	99.13%
19	Karyawan memberikan keakuratan dalam setiap pelayanan	324	347	3.24	3.24	93.37%
20	Karyawan selalu bersikap ramah dan sabar	399	358	3.99	3.58	111.45%
Rata - rata		355	350	3.55	3.50	101.32%

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

**TABEL 30**  
**NILAI BUTIR INDIKATOR**

Persentase	Kategori	Hasil
20% - 36%	Sangat Tidak Baik	<b>101.32 % (Sangat Baik)</b>
36,1% - 52,1%	Tidak Baik	
52,2% - 68,2%	Cukup Baik	
68,3% - 84,3%	Baik	
84,4% - 100%	Sangat baik	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan tabel 17 dan tabel 18 dapat dilihat bahwa tingkat kesesuaian antara harapan dan kenyataan dari tamu terhadap aspek bukti nyata dikatakan sangat baik dengan memiliki persentase sebesar 101.32%. Dengan rata-rata harapan sebesar 3.50 dan rata-rata kenyataan sebesar 3.55. Anggapan tersebut didukung dengan paparan pada masing-masing indikator:

18. Pihak hotel memberikan jaminan keamanan dan keselamatan (99.13

%)

19. Karyawan memberikan keakuratan dalam setiap pelayanan (93.37 %)

20. Karyawan selalu bersikap ramah dan sabar (111.45 %)

**E. Analisis dan Pembahasan Kenyataan yang Dirasakan Menurut Konsumen untuk Produk Kamar di Hotel Banana Inn Bandung.**

Berikut ini adalah analisis dan pembahasan kenyataan yang dirasakan konsumen untuk produk kamar berdasarkan indikator yang terdapat pada matriks operasional variabel.

**TABEL 31**  
**INDIKATOR NOMOR 1 BERDASARKAN KENYATAAN**

**1. Kondisi bangunan hotel**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Baik	3	3.0	3.0	3.0
	Baik	48	48.0	48.0	51.0
	Cukup	45	45.0	45.0	96.0
	Kurang	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 3 responden yang menjawab sangat baik dengan persentase 3%, 48 responden yang menjawab baik dengan persentase 48%, 45 responden yang menjawab cukup dengan persentase 45%, 4 responden yang menjawab kurang dengan persentase 4%. Dengan begitu kondisi bangunan hotel dianggap sudah baik.

**TABEL 32**  
**INDIKATOR NOMOR 2 BERDASARKAN KENYATAAN**

**2. Kondisi fasilitas kamar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Baik	3	3.0	3.0	3.0
	Baik	46	46.0	46.0	49.0
	Cukup	46	46.0	46.0	95.0
	Kurang	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 3 responden yang menjawab sangat baik dengan persentase 3%, 46 responden yang menjawab baik dengan

persentase 46%, 46 responden yang menjawab cukup dengan persentase 46%, 5 responden yang menjawab kurang dengan persentase 5%. Dengan begitu kondisi fasilitas kamar dianggap sudah baik.

**TABEL 33**  
**INDIKATOR NOMOR 3 BERDASARKAN KENYATAAN**

**3. Peralatan yang digunakan modern**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Baik	2	2.0	2.0	2.0
	Baik	18	18.0	18.0	20.0
	Cukup	41	41.0	41.0	61.0
	Kurang	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber:  
Olahan  
Peneliti,  
2019

2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 2 responden yang menjawab sangat baik dengan persentase 2%, 18 responden yang menjawab baik dengan persentase 18%, 41 responden yang menjawab cukup dengan persentase 41%, 39 responden yang menjawab kurang dengan persentase 39%. Dengan begitu peralatan yang digunakan hotel sudah modern dianggap cukup.

**TABEL 34**  
**INDIKATOR NOMOR 4 BERDASARKAN KENYATAAN**

**4. Teknologi yang digunakan modern**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Baik	2	2.0	2.0	2.0
	Baik	19	19.0	19.0	21.0
	Cukup	38	38.0	38.0	59.0
	Kurang	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 2 responden yang menjawab sangat baik dengan persentase 2%, 19 responden yang menjawab baik dengan persentase 19%, 38 responden yang menjawab cukup dengan persentase 38%, 41 responden yang menjawab kurang dengan persentase 41%. Dengan begitu teknologi yang digunakan hotel sudah modern dianggap kurang.

**TABEL 35**  
**INDIKATOR NOMOR 5 BERDASARKAN KENYATAAN**

**5. Kondisi tempat parkir yang memadai dan aman**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Baik	13	13.0	13.0	13.0
	Baik	62	62.0	62.0	75.0
	Cukup	21	21.0	21.0	96.0
	Kurang	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 13 responden yang menjawab sangat baik dengan persentase 13%, 62 responden yang menjawab baik dengan persentase 62%, 21 responden yang menjawab cukup dengan persentase 21%, 4 responden yang menjawab kurang dengan persentase 4%. Dengan begitu kondisi tempat parkir hotel yang memadai dan aman dianggap sudah baik.

**TABEL 36**  
**INDIKATOR NOMOR 6 BERDASARKAN KENYATAAN**

**6. Penampilan karyawan rapih dan menarik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Baik	44	44.0	44.0	44.0
	Baik	46	46.0	46.0	90.0
	Cukup	8	8.0	8.0	98.0
	Kurang	1	1.0	1.0	99.0
	Sangat Kurang	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 44 responden yang menjawab sangat baik dengan persentase 44%, 46 responden yang menjawab baik dengan persentase 46%, 8 responden yang menjawab cukup dengan persentase 8%, 1 responden yang menjawab kurang dengan persentase 1%, 1 responden yang menjawab sangat kurang dengan persentase 1%. Dengan begitu kondisi bangunan hotel dianggap sudah baik.

**TABEL 37**  
**INDIKATOR NOMOR 7 BERDASARKAN KENYATAAN**

**7. Perhatian karyawan kepada konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Baik	10	10.0	10.0	10.0
	Baik	29	29.0	29.0	39.0
	Cukup	56	56.0	56.0	95.0
	Kurang	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 10 responden yang menjawab sangat baik dengan persentase 10%, 29 responden yang menjawab baik dengan persentase 29%, 56 responden yang menjawab cukup dengan persentase 56%, 5

responden yang menjawab kurang dengan persentase 5%. Dengan begitu kondisi bangunan hotel dianggap cukup.

**TABEL 38**  
**INDIKATOR NOMOR 8 BERDASARKAN KENYATAAN**

**8. Karyawan memahami kebutuhan konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Baik	6	6.0	6.0	6.0
	Baik	33	33.0	33.0	39.0
	Cukup	53	53.0	53.0	92.0
	Kurang	7	7.0	7.0	99.0
	Sangat Kurang	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

elity, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 6 responden yang menjawab sangat baik dengan persentase 6%, 33 responden yang menjawab baik dengan persentase 33%, 53 responden yang menjawab cukup dengan persentase 53%, 7 responden yang menjawab kurang dengan persentase 7%, 1 responden yang menjawab sangat kurang dengan persentase 1%. Dengan begitu karyawan hotel memahami kebutuhan konsumen dianggap cukup.



**TABEL 39**  
**INDIKATOR NOMOR 9 BERDASARKAN KENYATAAN**

**9. Karyawan mempunyai kemampuan komunikasi yang baik dengan konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Baik	14	14.0	14.0	14.0
	Baik	48	48.0	48.0	62.0
	Cukup	33	33.0	33.0	95.0
	Kurang	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 14 responden yang menjawab sangat baik dengan persentase 14%, 48 responden yang menjawab baik dengan persentase 48%, 33 responden yang menjawab cukup dengan persentase 33%, 5 responden yang menjawab kurang dengan persentase 5%. Dengan karyawan hotel mempunyai kemampuan komunikasi yang baik dengan konsumen dianggap sudah baik.

**TABEL 40**  
**INDIKATOR NOMOR 10 BERDASARKAN KENYATAAN**

**10. Karyawan cepat tanggap dalam menerima keluhan konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Baik	6	6.0	6.0	6.0
	Baik	25	25.0	25.0	31.0
	Cukup	56	56.0	56.0	87.0
	Kurang	12	12.0	12.0	99.0
	Sangat Kurang	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0		

elity, 2019

Su  
mbe  
r:  
Ola  
han  
Pen

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 6 responden yang menjawab sangat baik dengan persentase 6%, 25 responden yang menjawab baik dengan persentase 25%, 56 responden yang menjawab cukup dengan persentase 56%, 12 responden yang menjawab kurang dengan persentase 12%, 1 responden yang menjawab sangat kurang dengan persentase 1%. Dengan begitu karyawan hotel cepat tanggap dalam menerima keluhan konsumen dianggap cukup.

**TABEL 41**  
**INDIKATOR NOMOR 11 BERDASARKAN KENYATAAN**

**11. Karyawan cepat menyelesaikan masalah yang timbul**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Baik	3	3.0	3.0	3.0
	Baik	32	32.0	32.0	35.0
	Cukup	50	50.0	50.0	85.0
	Kurang	14	14.0	14.0	99.0
	Sangat Kurang	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

eliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 3 responden yang menjawab sangat baik dengan persentase 3%, 32 responden yang menjawab baik dengan persentase 32%, 50 responden yang menjawab cukup dengan persentase 50%, 14 responden yang menjawab kurang dengan persentase 14%, 1 responden menjawab sangat kurang dengan persentase 1%. Dengan begitu karyawan hotel menyelesaikan masalah yang timbul dianggap cukup.

**TABEL 42**  
**INDIKATOR NOMOR 12 BERDASARKAN KENYATAAN**

**12. Karyawan selalu bersedia membantu menghadapi kesulitan yang dihadapi konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Baik	6	6.0	6.0	6.0
	Baik	31	31.0	31.0	37.0
	Cukup	57	57.0	57.0	94.0
	Kurang	5	5.0	5.0	99.0
	Sangat Kurang	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 6 responden yang menjawab sangat baik dengan persentase 6%, 31 responden yang menjawab baik dengan persentase 31%, 57 responden yang menjawab cukup dengan persentase 57%, 5 responden yang menjawab kurang dengan persentase 5%, 1 responden yang menjawab sangat kurang dengan persentase 1%. Dengan begitu karyawan hotel selalu bersedia membantu menghadapi kesulitan yang dihadapi konsumen dianggap cukup.

**TABEL 43**  
**INDIKATOR NOMOR 13 BERDASARKAN KENYATAAN**

**13. Karyawan memberikan pelayanan yang profesional, ramah dan teliti**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Baik	13	13.0	13.0	13.0
	Baik	60	60.0	60.0	73.0
	Cukup	25	25.0	25.0	98.0
	Kurang	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 13 responden yang menjawab sangat baik dengan persentase 13%, 60 responden yang menjawab baik dengan persentase 60%, 25 responden yang menjawab cukup dengan persentase 25%, 2 responden yang menjawab kurang dengan persentase 2%. Dengan begitu karyawan hotel memberikan pelayanan yang professional, ramah dan teliti dianggap sudah baik.

**TABEL 44**  
**INDIKATOR NOMOR 14 BERDASARKAN KENYATAAN**

**14. Kemudahan dalam sistem pembayaran**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Baik	24	24.0	24.0	24.0
	Baik	59	59.0	59.0	83.0
	Cukup	15	15.0	15.0	98.0
	Kurang	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumb

er:

Olah

n

Peneli

ti,

2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 24 responden yang menjawab sangat baik dengan persentase 24%, 59 responden yang menjawab baik dengan persentase 59%, 15 responden yang menjawab cukup dengan persentase 15%, 2 responden yang menjawab kurang dengan persentase 2%. Dengan begitu kemudahan dalam sistem pembayaran dianggap sudah baik.

**TABEL 45**  
**INDIKATOR NOMOR 15 BERDASARKAN KENYATAAN**

**15. Prosedur pelayanan disampaikan dengan jelas dan mudah dimengerti**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Baik	8	8.0	8.0	8.0
	Baik	60	60.0	60.0	68.0
	Cukup	28	28.0	28.0	96.0
	Kurang	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 8 responden yang menjawab sangat baik dengan persentase 8%, 60 responden yang menjawab baik dengan persentase 60%, 28 responden yang menjawab cukup dengan persentase 28%, 4 responden yang menjawab kurang dengan persentase 4%. Dengan begitu prosedur pelayanan disampaikan dengan jelas dan mudah dimengerti dianggap sudah baik.

**TABEL 46**  
**INDIKATOR NOMOR 16 BERDASARKAN KENYATAAN**

**16. Karyawan menyelesaikan masalah sesuai waktu yang dijanjikan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Baik	6	6.0	6.0	6.0
	Baik	22	22.0	22.0	28.0
	Cukup	52	52.0	52.0	80.0
	Kurang	19	19.0	19.0	99.0
	Sangat Kurang	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0		

, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 6 responden yang menjawab sangat baik dengan persentase 6%, 22 responden yang menjawab baik dengan

Su  
mbe  
r:  
Ola  
han  
Pen  
eliti

persentase 22%, 52 responden yang menjawab cukup dengan persentase 52%, 19 responden yang menjawab kurang dengan persentase 19%, 1 responden yang menjawab sangat kurang dengan persentase 1%. Dengan begitu karyawan menyelesaikan masalah sesuai waktu yang dijanjikan dianggap cukup.

**TABEL 47**  
**INDIKATOR NOMOR 17 BERDASARKAN KENYATAAN**

**17. Karyawan menyelesaikan keluhan konsumen dengan baik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Baik	4	4.0	4.0	4.0
	Baik	27	27.0	27.0	31.0
	Cukup	56	56.0	56.0	87.0
	Kurang	12	12.0	12.0	99.0
	Sangat Kurang	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 4 responden yang menjawab sangat baik dengan persentase 4%, 27 responden yang menjawab baik dengan persentase 27%, 56 responden yang menjawab cukup dengan persentase 56%, 12 responden yang menjawab kurang dengan persentase 12%, 1 responden yang menjawab sangat kurang dengan persentase 1%. Dengan begitu karyawan menyelesaikan keluhan konsumen dengan baik dianggap cukup.

**TABEL 48**  
**INDIKATOR NOMOR 18 BERDASARKAN KENYATAAN**

**18. Pihak hotel memberikan jaminan keamanan dan keselamatan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Baik	7	7.0	7.0	7.0
	Baik	34	34.0	34.0	41.0
	Cukup	53	53.0	53.0	94.0
	Kurang	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 7 responden yang menjawab sangat baik dengan persentase 7%, 34 responden yang menjawab baik dengan persentase 34%, 53 responden yang menjawab cukup dengan persentase 53%, 6 responden yang menjawab kurang dengan persentase 6%. Dengan begitu pihak hotel memberikan jaminan keamanan dan keselamatan dianggap cukup.

**TABEL 49**  
**INDIKATOR NOMOR 19 BERDASARKAN KENYATAAN**

**19. Karyawan memberikan keakuratan dalam setiap pelayanan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Baik	7	7.0	7.0	7.0
	Baik	24	24.0	24.0	31.0
	Cukup	55	55.0	55.0	86.0
	Kurang	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 7 responden yang menjawab sangat baik dengan persentase 7%, 24 responden yang menjawab baik dengan persentase 24%, 55 responden yang menjawab cukup dengan persentase 55%, 14

responden yang menjawab kurang dengan persentase 14%. Dengan begitu karyawan memberikan keakuratan dalam setiap pelayanan dianggap cukup.

**TABEL 50**  
**INDIKATOR NOMOR 20 BERDASARKAN KENYATAAN**

**20. Karyawan selalu bersikap ramah dan sabar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Baik	24	24.0	24.0	24.0
	Baik	54	54.0	54.0	78.0
	Cukup	19	19.0	19.0	97.0
	Kurang	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 24 responden yang menjawab sangat baik dengan persentase 24%, 54 responden yang menjawab baik dengan persentase 54%, 19 responden yang menjawab cukup dengan persentase 19%, 3 responden yang menjawab kurang dengan persentase 3%. Dengan begitu karyawan selalu bersikap ramah dan sabar dianggap sudah baik.

Dari hasil analisis tersebut didapatkan bahwa terdapat 1 dari 20 indikator dengan kategori kurang, 10 dari 20 indikator dengan kategori cukup, 9 dari 20 indikator dengan kategori baik. Dari hasil pembahasan kenyataan yang dirasakan menurut konsumen untuk produk kamar didapati 1 dari 20 indikator dengan kategori kurang dan 19 dari 20 indikator dengan kategori cukup dan baik.

Maka dari itu masih ada 11 indikator yang dapat ditingkatkan karena belum mencapai kategori baik, yaitu indikator nomor 3 (peralatan yang digunakan modern), 4 (teknologi yang digunakan modern), 7 (perhatian karyawan kepada konsumen), 8 (karyawan memahami kebutuhan konsumen), 10 (karyawan cepat tanggap dalam menerima keluhan konsumen), 11 (karyawan cepat menyelesaikan



masalah yang timbul), 12 (karyawan selalu bersedia membantu menghadapi kesulitan yang dihadapi konsumen), 16 (karyawan menyelesaikan masalah sesuai waktu yang dijanjikan), 17 (karyawan menyelesaikan keluhan konsumen dengan baik), 18 (Pihak hotel memberikan jaminan keamanan dan keselamatan), 19 (Karyawan memberikan keakuratan dalam setiap pelayanan).

#### **F. Analisis dan Pembahasan Harapan yang Diinginkan Menurut Konsumen untuk Produk Kamar di Hotel Banana Inn Bandung**

Berikut ini adalah analisis dan pembahasan harapan yang diinginkan menurut konsumen untuk produk kamar berdasarkan indikator yang terdapat pada matriks operasional variabel.

**TABEL 51**  
**INDIKATOR NOMOR 1 BERDASARKAN HARAPAN**

##### **1. Kondisi bangunan hotel**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	7	7.0	7.0	7.0
	Puas	33	33.0	33.0	40.0
	Cukup	47	47.0	47.0	87.0
	Tidak Puas	11	11.0	11.0	98.0
	Sangat Tidak Puas	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 7 responden yang menjawab sangat puas dengan persentase 7%, 33 responden yang menjawab puas dengan persentase 33%, 47 responden yang menjawab cukup dengan persentase 47%, 11 responden yang menjawab tidak puas dengan persentase 11%, 2 responden

menjawab sangat tidak puas dengan persentase 2%. Dengan begitu kondisi bangunan hotel dianggap cukup.

**TABEL 52**  
**INDIKATOR NOMOR 2 BERDASARKAN HARAPAN**

**2. Kondisi fasilitas kamar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	4	4.0	4.0	4.0
	Puas	44	44.0	44.0	48.0
	Cukup	48	48.0	48.0	96.0
	Tidak Puas	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 4 responden yang menjawab sangat puas dengan persentase 4%, 4 responden yang menjawab puas dengan persentase 44%, 48 responden yang menjawab cukup dengan persentase 48%, 4 responden yang menjawab tidak puas dengan persentase 4%. Dengan begitu kondisi fasilitas kamar dianggap cukup.

**TABEL 53**  
**INDIKATOR NOMOR 3 BERDASARKAN HARAPAN**

**3. Peralatan yang digunakan modern**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	5	5.0	5.0	5.0
	Puas	38	38.0	38.0	43.0
	Cukup	46	46.0	46.0	89.0
	Tidak Puas	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 5 responden yang menjawab sangat puas dengan persentase 5%, 38 responden yang menjawab puas dengan persentase 38%, 46 responden yang menjawab cukup dengan persentase 46%, 11

responden yang menjawab tidak puas dengan persentase 11%. Dengan begitu peralatan yang digunakan hotel sudah modern dianggap cukup.

**TABEL 54**  
**INDIKATOR NOMOR 4 BERDASARKAN HARAPAN**

**4. Teknologi yang digunakan modern**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	4	4.0	4.0	4.0
	Puas	40	40.0	40.0	44.0
	Cukup	46	46.0	46.0	90.0
	Tidak Puas	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 4 responden yang menjawab sangat puas dengan persentase 4%, 40 responden yang menjawab puas dengan persentase 40%, 46 responden yang menjawab cukup dengan persentase 46%, 10 responden yang menjawab tidak puas dengan persentase 10%. Dengan begitu teknologi yang digunakan hotel sudah modern dianggap cukup.

**TABEL 55 INDIKATOR NOMOR 5 BERDASARKAN HARAPAN**

**5. Kondisi tempat parkir yang memadai dan aman**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	8	8.0	8.0	8.0
	Puas	34	34.0	34.0	42.0
	Cukup	54	54.0	54.0	96.0
	Tidak Puas	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 8 responden yang menjawab sangat puas dengan persentase 8%, 34 responden yang menjawab puas dengan persentase 34%, 54 responden yang menjawab cukup dengan persentase 54%, 4

responden yang menjawab tidak puas dengan persentase 4%. Dengan begitu kondisi tempat parkir yang memadai dan aman dianggap cukup.

**TABEL 56**  
**INDIKATOR NOMOR 6 BERDASARKAN HARAPAN**

**6. Penampilan karyawan rapih dan menarik**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat Puas	8	8.0	8.0	8.0
Puas	41	41.0	41.0	49.0
Cukup	47	47.0	47.0	96.0
Tidak Puas	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 1 responden yang menjawab sangat puas dengan persentase 1%, 7 responden yang menjawab puas dengan persentase 7%, 41 responden yang menjawab cukup dengan persentase 41%, 47 responden yang menjawab tidak puas dengan persentase 47%, 4 responden menjawab sangat tidak puas dengan persentase 4%. Dengan begitu penampilan karyawan rapih dan menarik dianggap cukup.

**TABEL 57**  
**INDIKATOR NOMOR 7 BERDASARKAN HARAPAN**

**7. Perhatian karyawan kepada konsumen**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Sangat Puas	6	6.0	6.0	6.0
Puas	38	38.0	38.0	44.0
Cukup	48	48.0	48.0	92.0
Tidak Puas	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 6 responden yang menjawab sangat puas dengan persentase 6%, 38 responden yang menjawab puas dengan persentase 38%, 48 responden yang menjawab cukup dengan persentase 48%, 8 responden yang menjawab tidak puas dengan persentase 8%. Dengan begitu perhatian karyawan kepada konsumen dianggap cukup.

**TABEL 58**  
**INDIKATOR NOMOR 8 BERDASARKAN HARAPAN**

**8. Karyawan memahami kebutuhan konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	6	6.0	6.0	6.0
	Puas	38	38.0	38.0	44.0
	Cukup	49	49.0	49.0	93.0
	Tidak Puas	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 6 responden yang menjawab sangat puas dengan persentase 6%, 38 responden yang menjawab puas dengan persentase 38%, 49 responden yang menjawab cukup dengan persentase 49%, 7 responden yang menjawab tidak puas dengan persentase 7%. Dengan begitu karyawan hotel memahami kebutuhan konsumen dianggap cukup.

**TABEL 59**  
**INDIKATOR NOMOR 9 BERDASARKAN HARAPAN**

**9. Karyawan mempunyai kemampuan komunikasi yang baik dengan konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	6	6.0	6.0	6.0
	Puas	36	36.0	36.0	42.0
	Cukup	51	51.0	51.0	93.0
	Tidak Puas	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 6 responden yang menjawab sangat puas dengan persentase 6%, 36 responden yang menjawab puas dengan persentase 36%, 51 responden yang menjawab cukup dengan persentase 51%, 7 responden yang menjawab tidak puas dengan persentase 7%. Dengan begitu karyawan hotel mempunyai kemampuan komunikasi yang baik dengan konsumen dianggap cukup.

**TABEL 60**  
**INDIKATOR NOMOR 10 BERDASARKAN HARAPAN**

**10. Karyawan cepat tanggap dalam menerima keluhan konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	8	8.0	8.0	8.0
	Puas	38	38.0	38.0	46.0
	Cukup	44	44.0	44.0	90.0
	Tidak Puas	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 8 responden yang menjawab sangat puas dengan persentase 8%, 38 responden yang menjawab puas dengan persentase 38%, 44 responden yang menjawab cukup dengan persentase 44%, 10 responden yang menjawab tidak puas dengan persentase 10%. Dengan begitu karyawan hotel cepat tanggap dalam menerima keluhan konsumen dianggap cukup.

**TABEL 61**  
**INDIKATOR NOMOR 11 BERDASARKAN HARAPAN**

**11. Karyawan cepat menyelesaikan masalah yang timbul**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	7	7.0	7.0	7.0
	Puas	37	37.0	37.0	44.0
	Cukup	51	51.0	51.0	95.0
	Tidak Puas	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 7 responden yang menjawab sangat puas dengan persentase 7%, 37 responden yang menjawab puas dengan persentase 37%, 51 responden yang menjawab cukup dengan persentase 51%, 5 responden yang menjawab tidak puas dengan persentase 5%. Dengan begitu karyawan hotel cepat menyelesaikan masalah yang timbul dianggap cukup.

**TABEL 62**  
**INDIKATOR NOMOR 12 BERDASARKAN HARAPAN**

**12. Karyawan selalu bersedia membantu menghadapi kesulitan yang dihadapi konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	7	7.0	7.0	7.0
	Puas	38	38.0	38.0	45.0
	Cukup	45	45.0	45.0	90.0
	Tidak Puas	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 7 responden yang menjawab sangat puas dengan persentase 7%, 38 responden yang menjawab puas dengan persentase 38%, 45 responden yang menjawab cukup dengan persentase 45%, 10 responden yang menjawab tidak puas dengan persentase 10%. Dengan begitu

karyawan hotel selalu bersedia membantu menghadapi kesulitan yang dihadapi konsumen dianggap cukup.

**TABEL 63**  
**INDIKATOR NOMOR 13 BERDASARKAN HARAPAN**

**13. Karyawan memberikan pelayanan yang profesional, ramah dan teliti**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	9	9.0	9.0	9.0
	Puas	39	39.0	39.0	48.0
	Cukup	48	48.0	48.0	96.0
	Tidak Puas	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 9 responden yang menjawab sangat puas dengan persentase 9%, 39 responden yang menjawab puas dengan persentase 39%, 48 responden yang menjawab cukup dengan persentase 48%, 4 responden yang menjawab tidak puas dengan persentase 4%. Dengan begitu karyawan hotel memberikan pelayanan yang profesional, ramah dan teliti dianggap cukup.

**TABEL 64**  
**INDIKATOR NOMOR 14 BERDASARKAN HARAPAN**

**14. Kemudahan dalam sistem pembayaran**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	6	6.0	6.0	6.0
	Puas	43	43.0	43.0	49.0
	Cukup	45	45.0	45.0	94.0
	Tidak Puas	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019



Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 6 responden yang menjawab sangat puas dengan persentase 6%, 43 responden yang menjawab puas dengan persentase 43%, 45 responden yang menjawab cukup dengan persentase 45%, 6 responden yang menjawab tidak puas dengan persentase 6%. Dengan begitu kemudahan dalam sistem pembayaran dianggap cukup.

**TABEL 65**  
**INDIKATOR NOMOR 15 BERDASARKAN HARAPAN**

**15. Prosedur pelayanan disampaikan dengan jelas dan mudah dimengerti**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	3	3.0	3.0	3.0
	Puas	45	45.0	45.0	48.0
	Cukup	44	44.0	44.0	92.0
	Tidak Puas	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 3 responden yang menjawab sangat puas dengan persentase 3%, 45 responden yang menjawab puas dengan persentase 45%, 44 responden yang menjawab cukup dengan persentase 44%, 8 responden yang menjawab tidak puas dengan persentase 8%. Dengan begitu prosedur pelayanan disampaikan dengan jelas dan mudah dimengerti dianggap dianggap puas.

**TABEL 66**  
**INDIKATOR NOMOR 16 BERDASARKAN HARAPAN**

**16. Karyawan menyelesaikan masalah sesuai waktu yang dijanjikan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	5	5.0	5.0	5.0
	Puas	36	36.0	36.0	41.0
	Cukup	52	52.0	52.0	93.0

Tidak Puas	6	6.0	6.0	99.0
Sangat Tidak Puas	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 5 responden yang menjawab sangat puas dengan persentase 5%, 36 responden yang menjawab puas dengan persentase 36%, 52 responden yang menjawab cukup dengan persentase 52%, 6 responden yang menjawab tidak puas dengan persentase 6%, 1 responden menjawab sangat tidak puas dengan persentase 1%. Dengan begitu kemudahan dalam sistem pembayaran dianggap cukup.

**TABEL 67**  
**INDIKATOR NOMOR 17 BERDASARKAN HARAPAN**

**17. Karyawan menyelesaikan keluhan konsumen dengan baik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	8	8.0	8.0	8.0
	Puas	38	38.0	38.0	46.0
	Cukup	46	46.0	46.0	92.0
	Tidak Puas	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 8 responden yang menjawab sangat puas dengan persentase 8%, 38 responden yang menjawab puas dengan persentase 38%, 46 responden yang menjawab cukup dengan persentase 46%, 8 responden yang menjawab tidak puas dengan persentase 8%. Dengan begitu karyawan hotel menyelesaikan keluhan konsumen dengan baik dianggap cukup.

**TABEL 68**  
**INDIKATOR NOMOR 18 BERDASARKAN HARAPAN**

**18. Pihak hotel memberikan jaminan keamanan dan keselamatan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	7	7.0	7.0	7.0
	Puas	36	36.0	36.0	43.0
	Cukup	52	52.0	52.0	95.0
	Tidak Puas	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas terlihat bahwa terdapat 7 responden yang menjawab sangat puas dengan persentase 7%, 36 responden yang menjawab puas dengan persentase 36%, 52 responden yang menjawab cukup dengan persentase 52%, 5 responden yang menjawab tidak puas dengan persentase 5%. Dengan begitu pihak hotel memberikan jaminan keamanan dan keselamatan dianggap cukup.

**TABEL 69**  
**INDIKATOR NOMOR 19 BERDASARKAN HARAPAN**

**19. Karyawan memberikan keakuratan dalam setiap pelayanan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	8	8.0	8.0	8.0
	Puas	37	37.0	37.0	45.0
	Cukup	49	49.0	49.0	94.0
	Tidak Puas	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel di atas terlihat bahwa terdapat 8 responden yang menjawab sangat puas dengan persentase 8%, 37 responden yang menjawab puas dengan persentase 37%, 49 responden yang menjawab cukup dengan persentase 49%, 6 responden yang menjawab tidak puas dengan persentase 6%. Dengan begitu karyawan hotel memberikan keakuratan dalam setiap pelayanan dianggap cukup.

**TABEL 70**  
**INDIKATOR NOMOR 20 BERDASARKAN HARAPAN**

**20. Karyawan selalu bersikap ramah dan sabar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Puas	9	9.0	9.0	9.0
	Puas	44	44.0	44.0	53.0
	Cukup	43	43.0	43.0	96.0
	Tidak Puas	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

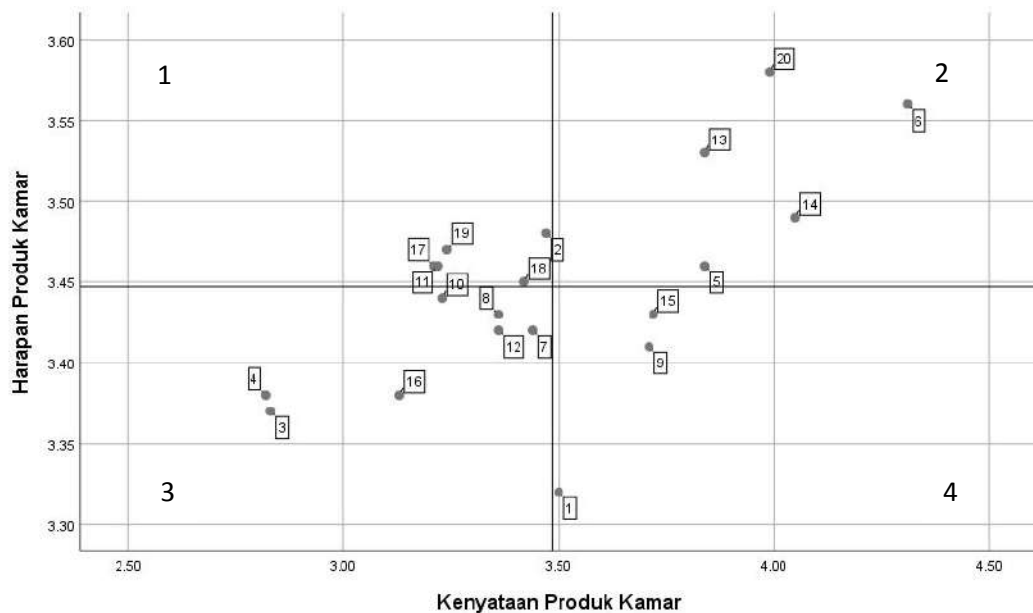
Dari tabel di atas dilihat bahwa terdapat 9 responden yang menjawab sangat puas dengan persentase 9%, 44 responden yang menjawab puas dengan persentase 44%, 43 responden yang menjawab cukup dengan persentase 43%, 4 responden yang menjawab tidak puas dengan persentase 4%. Dengan begitu karyawan hotel selalu bersikap ramah dan sabar dianggap puas.

Dari hasil analisis tersebut didapatkan bahwa terdapat 18 dari 20 indikator dengan kategori cukup dan 2 dari 20 indikator dengan kategori puas. Dari hasil pembahasan harapan yang diinginkan menurut konsumen untuk produk kamar didapati 20 indikator dengan kategori cukup dan puas.

Maka dari itu dapat dikatakan bahwa harapan yang diinginkan menurut konsumen cukup tinggi, terutama pada indikator dengan kategori puas, yaitu nomor 15 (prosedur pelayanan disampaikan dengan jelas dan mudah dimengerti) dan 20 (karyawan selalu bersikap ramah dan sabar). Sebaiknya pihak hotel memberikan perhatian yang lebih pada indikator tersebut, karena konsumen memiliki harapan yang tinggi pada indikator tersebut.

### **G. Analisis dan Pembahasan Kepuasan yang Dirasakan Menurut Konsumen untuk Produk Kamar di Hotel Banana Inn Bandung**

Setelah diketahui nilai *servqual* yang menunjukkan bahwa masih adanya kesenjangan disetiap sub variabel dan hasil perhitungan tingkat kesesuaian harapan dan kenyataan dari ke lima aspek di atas yang semua indikator berada pada kategori sangat baik namun masih terdapat beberapa sub variabel yang perlu menjadi perbaikan dari Hotel Banana Inn Jakarta atas kualitas pelayanan yang diberikan, karena masih banyak sub variabel di yang hasil kenyataannya belum sepenuhnya sesuai dengan yang diharapkan oleh tamu. Perbaikan tersebut akan disajikan melalui *quadrant analysis* yang diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 25. Untuk titik kordinat pada harapan yaitu 3,45 dan kenyataan 3,5 berdasarkan hasil dari nilai rata-rata keseluruhan. Berikut ini adalah analisis dan pembahasan kepuasan yang dirasakan menurut konsumen berdasarkan *Importance Performance Analysis (IPA)* yang dikenal juga sebagai *quadrant analysis* dengan 20 pertanyaan yang terbagi menjadi 4 kuadran, yaitu kuadran 1, kuadran 2, kuadran 3 dan kuadran 4.



**GAMBAR 7**  
**QUADRANT ANALYSIS**

Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Hasil analisis tingkat harapan dan tingkat kenyataan kualitas pelayanan yang dibagikan kepada 100 responden dengan 20 pertanyaan, dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan pada Hotel Banana Inn Bandung dari kelima aspek kualitas pelayanan menunjukkan hasil yang baik karena kelima dimensi tersebut berada pada kategori sangat baik, dan aspek yang sangat mempengaruhi kepuasan dari tamu yang menginap adalah aspek bukti nyata dengan tingkat kesesuaian 109,55% dengan rata-rata harapan 3,33 dan rata-rata kenyataan 3,46 ini menunjukkan bahwa dalam hal tersebut Hotel Banana Inn mampu memberikan kepuasan pada tamu mengenai bukti fisik pelayanan yang diberikan. Hal ini dibuktikan dengan nyata dari penampilan karyawan hotel yang rapih dan menarik serta kondisi tempat parkir yang memadai dan aman, sehingga membuat tamu

yang menginap di Hotel Banana Inn merasa puas dengan pelayanan yang di berikan.

Dengan begitu aspek bukti nyata menjadi aspek yang paling membuat tamu puas atas pelayan diberikan, kepuasan pelanggan pada aspek lainnya pun sangat berperan penting dan juga mendapatkan hasil yang memuaskan, seperti aspek keandalan yang mendapatkan hasil sangat baik dengan tingkat kesesuaian 102,47%, aspek empati dengan tingkat kesesuaian 102,45%, dan aspek jaminan dengan tingkat kesesuaian 101,32%. Sedangkan aspek daya tanggap memiliki tingkat kesesuaian yang terendah dengan tingkat kesesuaian 98,50 %, karena indikator karyawan cepat menyelesaikan masalah yang timbul mendapatkan tingkat kesesuaian 93,06% dan karyawan cepat tanggap dalam menerima keluhan konsumen mendapatkan tingkat kesesuaian sebesar 93,90%. Maka dari itu Hotel Banana Inn perlu meningkatkan kualitas pelayanannya pada aspek daya tanggap, dengan memperbanyak pelatihan yang diberikan kepada karyawan agar karyawan dapat meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada tamu, sehingga tamu merasa puas atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Banana Inn. Walaupun tingkat kesesuaian harapan dan kenyataan pada kualitas pelayanan di Hotel Banana Inn Bandung sudah sangat baik atau konsumen sudah merasa puas, Hotel Banana Inn tetap perlu meningkatkan serta mempertahankan kepuasan tamu dari beberapa aspek pada kualitas pelayanan. Hal tersebut terlihat melalui hasil perhitungan menggunakan analisis IPA yang dibagi ke dalam empat kuadran sebagai berikut:

### **1. Kuadran 1**

Pada kuadran ini, indikator yang terdapat pada kuadran ini merupakan indikator yang diharapkan tetapi kenyataannya tidak memuaskan, yaitu nomor 2 (fasilitas kamar hotel), 11 (karyawan hotel cepat menyelesaikan masalah yang timbul), 17 (karyawan hotel menyelesaikan keluhan konsumen dengan baik), 18 (jaminan keamanan dan keselamatan), 19 (keakuratan pelayanan yang diberikan). Hal tersebut berarti menandakan bahwa terdapat 5 dari 20 indikator yang kurang memuaskan.

## **2. Kuadran 2**

Pada kuadran ini, indikator yang terdapat pada kuadran ini merupakan indikator yang diharapkan dan kenyataannya memuaskan, yaitu nomor 5 (kondisi tempat parkir hotel memadai dan aman), 6 (penampilan karyawan hotel rapih dan menarik), 13 (karyawan hotel memberikan pelayanan profesional, ramah dan teliti), 14 (kemudahan dalam sisten pembayaran), 20 (karyawan hotel selalu bersikap ramah dan sabar). Hal tersebut berarti menandakan bahwa terdapat 5 dari 20 indikator yang memuaskan.

## **3. Kuadran 3**

Pada kuadran ini, indikator yang terdapat pada kuadran ini merupakan indikator yang tidak diharapkan tetapi kenyataannya memuaskan, yaitu nomor 1 (kondisi gedung hotel), 9 (karyawan hotel mempunyai kemampuan komunikasi yang baik), 15 (prosedur pelayanan hotel disampaikan dengan jelas dan mudah dimengerti). Hal tersebut berarti menandakan bahwa terdapat 3 dari 20 indikator yang memuaskan.

## **4. Kuadran 4**



Pada kuadran ini, indikator yang terdapat pada kuadran ini merupakan indikator yang tidak diharapkan dan kenyataannya tidak memuaskan, yaitu nomor 3 (peralatan yang digunakan hotel sudah modern), 4 (teknologi yang digunakan hotel sudah modern), 7 (perhatian karyawan kepada konsumen), 8 (karyawan memahami kebutuhan konsumen), 10 (karyawan cepat tanggap dalam menerima keluhan), 12 (karyawan hotel selalu bersedia membantu menghadapi kesulitan yang konsumen hadapi), 16 (karyawan hotel menyelesaikan masalah sesuai waktu yang dijanjikan). Hal tersebut berarti menandakan bahwa terdapat 7 indikator yang kurang memuaskan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya tentang bagaimana lima aspek kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Banana Inn dapat disimpulkan bahwa:

1. Pada aspek bukti nyata tingkat kualitas pelayanan yang diberikan berada pada kategori yang sangat baik, dengan skor persentase rata-rata keseluruhan sebesar 109.55%, hasil ini didapatkan karena hasil kesesuaian antara tingkat kenyataan melebihi tingkat harapan yang diinginkan tamu.
2. Pada aspek empati tingkat kualitas pelayanan yang diberikan berada pada kategori yang sangat baik, dengan skor persentase rata-rata keseluruhan sebesar 102.45%, hasil ini didapatkan karena hasil kesesuaian antara tingkat kenyataan melebihi tingkat harapan yang diinginkan tamu.
3. Pada aspek daya tanggap tingkat kualitas pelayanan yang diberikan berada pada kategori yang sangat baik, dengan skor persentase rata-rata keseluruhan sebesar 98.50%, hasil ini didapatkan karena hasil kesesuaian antara tingkat kenyataan mendekati tingkat harapan yang diinginkan tamu.
4. Pada aspek keandalan tingkat kualitas pelayanan yang diberikan berada pada kategori yang sangat baik, dengan skor persentase rata-rata keseluruhan sebesar 102.47%, hasil ini didapatkan karena hasil kesesuaian antara tingkat kenyataan mendekati tingkat harapan yang diinginkan tamu.

5. Pada aspek jaminan tingkat kualitas pelayanan yang diberikan berada pada kategori yang sangat baik, dengan skor persentase rata-rata keseluruhan sebesar 101.32%, hasil ini didapatkan karena hasil kesesuaian antara tingkat kenyataan melebihi tingkat harapan yang diinginkan tamu.

## **B. Saran**

Dari paparan hasil penelitian, penulis ingin memberikan beberapa saran dan masukan kepada pihak manajemen Hotel Banana Inn Bandung. Saran dan masukan ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi bagi pihak manajemen Hotel Banana Inn Bandung guna meningkatkan maupun mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan.

1. Meskipun dinilai sudah sangat baik namun Hotel Banana Inn perlu mempertahankan dan meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang sudah ada, karena pada aspek bukti nyata masih ada beberapa indikator yang nilainya belum maksimal seperti pada indikator nomor 2, nomor 3, dan nomor 4. Hal tersebut dapat diatasi dengan memperbarui fasilitas, peralatan dan teknologi dengan yang lebih modern.
2. Pada aspek empati juga sudah sangat baik namun Hotel Banana Inn perlu mempertahankan dan meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang sudah ada, karena pada aspek empati masih ada indikator yang nilainya belum maksimal yaitu pada indikator nomor 8 yaitu tentang karyawan memahami kebutuhan konsumen. Hal tersebut dapat diatasi dengan memberikan pelatihan tambahan kepada karyawan tentang pelayanan agar karyawan dapat lebih memahami kebutuhan konsumen.

3. Meskipun dinilai sudah sangat baik namun Hotel Banana Inn perlu mempertahankan dan meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang sudah ada, karena pada aspek daya tanggap masih ada beberapa indikator yang nilainya belum maksimal seperti pada indikator nomor 10, nomor 11, dan nomor 12. Hal tersebut dapat diatasi dengan memberikan pelatihan tambahan kepada karyawan tentang pelayanan agar karyawan dapat memperbaiki kualitas pelayanan yang mereka berikan pada aspek daya tanggap.
4. Meskipun dinilai sudah sangat baik namun Hotel Banana Inn perlu mempertahankan dan meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang sudah ada, karena pada aspek keandalan masih ada beberapa indikator yang nilainya belum maksimal seperti pada indikator nomor 16, dan nomor 17. Hal tersebut dapat diatasi dengan memberikan pelatihan tambahan tentang mengatasi keluhan serta masalah tamu (*handling complain*).
5. Meskipun dinilai sudah sangat baik namun Hotel Banana Inn perlu mempertahankan dan meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang sudah ada, karena pada aspek jaminan masih ada beberapa indikator yang nilainya belum maksimal seperti pada indikator nomor 18, dan nomor 19. Hal tersebut dapat diatasi dengan memberikan garansi agar mendapatkan kepercayaan lebih yang diberikan oleh tamu.

## DAFTAR PUSTAKA

- √ 11 *Pengertian Pelayanan Menurut Para Ahli (Pembahasan Lengkap)*. (n.d.). Retrieved from Seputar Pengetahuan: <https://www.seputarpengetahuan.co.id>
- Agusnawar. (2004). *Resepsionis Hotel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Alexander, Y. (2010, October 5). *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa*. Retrieved from Media Neliti: <https://media.neliti.com>
- Amrullah, M. (2018). *analisis kualitas pelayanan hote laa royba di pekalongan jurnal*. Retrieved from dspace: <https://dspace.uui.ac.id>
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2018, April 5). *Jumlah Akomodasi Hotel Menurut Klasifikasi di Kota Bandung, 2016*. Retrieved from Bandung Kota: <https://bandungkota.bps.go.id>
- Banana Inn Hotel*. (n.d.). Retrieved from Traveloka: <https://www.traveloka.com>
- frf. (2017, March 1). *Pengertian Hotel Bisnis dan Klasifikasi Hotel*. Retrieved from Kumpulan Artikel: <http://mangihot.blogspot.com>
- Ghazzan, F. (2014, October 1). *Pengertian MARKETING Adalah*. Retrieved from Catatan Marketing: <https://catatanmarketing.wordpress.com>
- Hidayat, A. (2012, October 14). *Pengertian dan Penjelasan Penelitian Kuantitatif – Lengkap*. Retrieved from Statiskian: <http://www.statistikian.com>
- Komaria, T. (2015). *13 BAB II TINJAUAN PUSTAKA*. Retrieved from Eprints: <http://eprints.polsri.ac.id>
- Laksono, A. (2015, March 1). *Pengertian Kepuasan Pelanggan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya Menurut Para ahli*. Retrieved from Gudang Ilmu: <http://adityolaksono26.blogspot.com>
- Min, M. (2017, February 2). *Pengertian Jasa Menurut Ahli, Karakteristik, Klasifikasi dan Jenis Jasa Terlengkap*. Retrieved from Pelajara.co.id: <https://www.pelajaran.id>
- Raharjo, S. (2014). *Cara Membaca Distribusi Nilai r Tabel Product Moment Lengkap*. Retrieved from SPSS Indonesia Olah Data Statistik dengan SPSS: <http://www.spssindonesia.com>
- Ridwan, M. (n.d.). *Pengertian Hotel Menurut Para Ahli*. Retrieved from Scribd: <https://id.scribd.com>

- Satria, A. (2015). *Materi Pelayanan Publik : Definisi Kualitas Menurut Para Ahli (Teori Dan Konsep Kualitas Pada Pelayanan Publik)*. Retrieved from Materi Belajar: <http://http://www.materibelajar.id>
- Siadari, C. (2015, November 4). *Pengertian Hotel Menurut Para Ahli*. Retrieved from Kumpulan Pengertian: <http://http://www.infodanpengertian.com>
- Siadari, C. (n.d.). *Pengertian Kualitas Pelayanan Menurut Para Ahli*. Retrieved from Kumpulan Pengertian: <http://http://www.infodanpengertian.com>
- Sudartha, W. (n.d.). *Metode Penelitian Skripsi*. Retrieved from Widisudharta: <http://widisudharta.weebly.com>
- Sugeng, M. (2016). *Pengertian & Indikator Kepuasan Pelanggan Menurut Para Ahli*. Retrieved from EtalasePustaka: <http://etalasepustaka.blogspot.com>
- Sugeng, M. (2016). *Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli*. Retrieved from TipsSerbaSerbi: <http://tipsserbaserbi.blogspot.com>
- Sumberpengertian.co. (2017, October 5). *Pengertian Hipotesis Secara Umum dan Menurut Para Ahli*. Retrieved from Sumberpengertian.co: <http://www.sumberpengertian.co>
- SURAATMAJA, D. (2015). *BAB III METODE PENELITIAN*. Retrieved from repository: <http://repository.unpas.ac.id>
- Sy, M. (2019). *Tabel r Product Moment Big Sample (1)*. Retrieved from Scribd: <http://www.scribd.com>
- Unknown. (2014). *Pengertian Tamu Hotel Dan Jenis-jenis Tamu Hotel*. Retrieved from Widi Academia: <http://widiacademia.blogspot.com>

## LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1 SURAT IZIN PENELITIAN



Bandung, 31 Januari 2019

Nomor : 689/HRD/BANANA-INN/I/2019  
Lampiran : -  
Hal : **Izin Penelitian**

Kepada Yth,  
**Ketua**  
**Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung**  
Di  
Tempat

Dengan Hormat,

Menindak lanjuti surat yang kami terima dari Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung dengan Nomor 072/SB/ADAK/aa/01/2019 tentang Izin Penelitian dari mahasiswa;

Nama : Aulia Rahman Rasyidi  
NIM : 201520554  
Program : Strata 1  
Semester : VIII (Delapan)

Dalam hal ini kami bersedia membimbing untuk beberapa hal yang terkait materi bahan untuk laporan yang bersangkutan dengan batasan tertentu dan kebijakan dari perusahaan.

Demikian pemberitahuan ini kami kirimkan. Atas perhatian, bantuan dan kerjasamanya yang terjalin dengan baik, kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,

**BANANA INN**

**Yenidia S.M**  
**HR Coordinator**

**KAGUM**  
HOTELS  
www.kagum-hotels.com

BANANA INN BANDUNG  
Jl. Setiabudi No. 191 Bandung P +62.22.2005479 F +62.22.2005489  
E bandung@banana-inn.com www.banana-inn.com

## LAMPIRAN 2 SURAT TELAH MELAKUKAN PENELITIAN



Bandung, 04 July 2019

Nomor : 791/HRD/BANANA-INN/VII/2019  
 Lampiran : -  
 Hal : **Surat Keterangan Penelitian**

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama : Febella PF Berel  
 Jabatan : HR Coordinator  
 Hotel : Banana Inn Hotel & Spa

Dengan ini menerangkan bahwa;

Nama : Aulia Rahman Rasyidi  
 NIM : 201520554  
 Universitas : STP Bandung  
 Fakultas/Jurusan : Studi Akomodasi dan Katering  
 Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Produk Kamar untuk Kepuasan Tamu Individual di Hotel Banana Inn Bandung

Adalah benar telah melakukan penelitian di Banana Inn Hotel & Spa Bandung.

Demikian surat keterangan penelitian ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Kami,

  
**BANANA INN**  
 Febella PF Berel  
 HR Coordinator



### LAMPIRAN 3 PEDOMAN WAWANCARA

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Sudah berapa lama Hotel Banana Inn Bandung berdiri?	Hotel Banana Inn Bandung telah berdiri selama 10 tahun dari tahun 2009
2	Berapa banyak kamar yang ada di Hotel Banana Inn Bandung?	Hotel Banana Inn Bandung memiliki 92 kamar
3	Fasilitas apa saja yang ada di Hotel Banana Inn Bandung?	Hotel Banana Inn Bandung memiliki <i>fitness center, swimming pool</i> dan Restoran bernama B'Leaf Cafe
4	Jenis tamu apa saja yang biasa menginap di Hotel Banana Inn Bandung?	Tamu yang datang kebanyakan adalah tamu individu seperti keluarga yang menginap pada saat <i>weekend</i> , tetapi banyak juga tamu dari pemerintahan
5	Apakah banyak tamu yang memberikan keluhan terhadap Hotel Banana Inn Bandung?	Keluhan yang diberikan tamu kebanyakan adalah tentang fasilitas kamar seperti pendingin ruangan kamar yang tidak berfungsi dengan baik
6	Pada siapa tamu biasanya menyampaikan keluhannya?	Tamu biasanya menyampaikan keluhannya kepada bagian <i>housekeeping</i>
7	Apa tindakan yang dilakukan oleh Hotel Banana Inn Bandung terhadap keluhan yang masuk?	Jika keluhan yang masuk mengenai pendingin ruangan maka secepatnya menghubungi bagian <i>engineering</i> agar bisa dilihat terlebih dahulu bagaimana kondisinya, lalu akan di <i>follow up</i> lebih lanjut

## LAMPIRAN 4 KUESIONER PENELITIAN



### **KUESIONER ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PRODUK KAMAR UNTUK KEPUASAN TAMU INDIVIDUAL DI HOTEL BANANA INN BANDUNG**

Salam Pesona Indonesia!

Kepada responden yang terhormat, Saya mahasiswa semester akhir Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung Program Studi Akomodasi dan Katering sedang melaksanakan penelitian skripsi mengenai “**Analisis Kualitas Pelayanan Produk Kamar Untuk Kepuasan Tamu Individual Di Hotel Banana Inn Bandung**”.

Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I sebagai responden untuk dapat mengisi kuesioner dengan memberikan jawaban yang objektif dengan keadaan sebenarnya. Atas ketersediannya saya ucapkan Terima Kasih.

Salam hangat,

Aulia Rahman Rasyidi

### Profil Responden

1. Jenis Kelamin:

- Pria  
 Wanita

2. Usia:

- 18 – 25 Tahun  
 26 – 35 Tahun  
 36 – 45 Tahun  
 >46 Tahun

3. Pekerjaan:

- Pelajar/Mahasiswa  
 Pegawai Negeri  
 Karyawan Swasta  
 Ibu Rumah Tangga  
 Wiraswasta  
 TNI/Polri

4. Sudah berapa kali anda menginap di Hotel Banana Inn?

- 1 - 2  
 3 - 5  
 > 5

### Petunjuk Pengisian :

Berilah tanda *check list* (√) pada kolom sebelah kanan yang sesuai dengan pendapat Anda terhadap pertanyaan – pertanyaan di bawah ini :

Alternatif Jawaban		Skor Butir
Kenyataan	Harapan	Soal
Sangat Baik	Sangat Puas	5
Baik	Puas	4
Cukup	Cukup	3
Kurang	Tidak Puas	2
Sangat Kurang	Sangat Tidak Puas	1

Sumber: Olahan Peneliti, 2019







No.	Kenyataan (X)																				Total
	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	x20	
1	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	91
2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	68
3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	43
4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	68
5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3	80
6	2	2	3	3	2	1	2	1	2	1	1	1	3	3	3	1	1	2	2	2	38
7	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	73
8	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	76
9	4	4	4	3	4	4	5	4	5	3	3	4	5	4	4	3	4	5	5	5	82
10	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	52
11	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	91
12	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	72
13	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	92
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
15	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	94
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
18	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	73
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
20	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	71
21	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	73
22	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	72
23	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	72
24	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	75
25	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	74
26	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
27	4	3	3	2	4	5	3	3	5	3	3	3	4	5	5	3	3	3	3	4	71
28	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	81
29	4	4	3	3	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	84
30	3	3	3	3	5	5	3	3	4	3	3	3	4	5	3	3	3	3	3	4	69
31	4	3	2	2	4	5	3	3	3	3	3	3	4	5	4	3	3	3	3	4	67
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	84
33	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	3	3	4	3	3	86
34	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3	2	2	2	4	2	4	2	5	70
35	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	5	5	4	2	2	3	2	5	70
36	4	3	2	2	4	5	3	3	4	2	2	2	3	4	4	2	2	3	2	4	60
37	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	2	2	3	2	4	68
38	4	3	3	3	4	5	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	5	71
39	4	4	3	3	4	5	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	5	72
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
41	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	5	66
42	3	3	2	2	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	5	65
43	3	3	2	2	3	4	3	2	2	3	3	3	4	4	4	2	2	3	3	5	60
44	3	3	2	2	3	4	3	3	4	2	2	2	3	4	4	2	3	3	2	4	58
45	3	3	2	2	4	5	3	3	5	3	3	3	4	5	4	3	3	4	3	4	69
46	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	5	66
47	4	4	3	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	3	4	3	5	80
48	4	4	3	3	4	5	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	70
49	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	63
50	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	81

**LAMPIRAN 5 HASIL KUESIONER**

51	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	61
52	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	63
53	3	3	2	2	4	5	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	66
54	4	4	3	3	4	5	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	69
55	4	4	3	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	71
56	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	72
57	3	3	2	2	4	5	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	66
58	4	4	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	71
59	4	4	3	2	4	5	3	3	3	3	3	3	4	5	4	3	3	4	3	70
60	3	3	2	2	4	4	3	3	4	2	2	2	4	5	4	2	2	4	3	62
61	3	3	2	2	4	5	3	2	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	65
62	4	4	2	2	4	4	3	3	4	2	2	3	4	4	4	3	3	3	2	64
63	3	3	2	2	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	66
64	3	3	2	2	3	4	2	2	3	2	2	3	3	4	4	2	3	3	3	57
65	4	4	2	2	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	68
66	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	63
67	3	3	2	2	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	4	2	2	3	2	58
68	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	67
69	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
70	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	64
71	3	3	2	2	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	62
72	2	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	64
73	3	4	3	3	3	4	5	5	4	5	3	5	4	3	4	5	4	4	3	78
74	3	4	3	3	4	5	4	4	3	3	4	4	4	5	4	3	3	3	4	74
75	4	4	3	3	5	5	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	5	75
76	4	4	2	2	4	5	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	71
77	4	4	2	2	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	4	2	4	2	3	76
78	4	4	3	3	5	5	4	4	5	3	2	3	4	4	2	3	3	4	3	71
79	3	3	3	3	2	4	2	3	2	3	3	3	4	3	2	3	2	2	3	56
80	4	4	2	2	4	5	3	3	3	2	2	3	4	4	4	2	2	3	2	61
81	3	3	2	2	4	4	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	57
82	3	3	2	2	4	5	3	2	2	3	4	4	4	4	4	3	2	3	2	62
83	4	4	3	3	5	5	3	3	4	3	2	3	4	4	4	2	3	3	3	69
84	3	3	2	2	4	5	3	3	4	3	3	3	4	5	4	3	3	4	3	68
85	3	3	2	2	3	4	3	3	4	2	2	4	4	4	4	2	3	3	3	62
86	3	3	2	2	3	4	2	2	3	2	2	2	3	4	3	2	2	2	2	51
87	3	3	2	2	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	62
88	3	3	3	2	4	5	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	65
89	3	3	3	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	65
90	3	3	3	2	4	5	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	69
91	3	3	2	2	3	5	3	3	3	2	2	3	3	4	3	2	3	2	2	57
92	3	3	2	2	4	5	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
93	3	2	2	2	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	66
94	3	2	2	2	4	5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	63
95	3	4	3	4	3	4	4	5	3	5	5	4	5	4	3	5	3	3	5	79
96	5	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	83
97	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3	4	83
98	4	5	3	3	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	86
99	4	3	2	2	4	5	4	4	5	3	3	3	4	5	5	3	3	3	3	73
100	3	3	3	3	5	5	3	3	5	3	3	3	4	5	4	3	3	4	3	73







## turnitin

## ORIGINALITY REPORT

<b>25%</b>	<b>18%</b>	<b>2%</b>	<b>21%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>Submitted to Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung</b> Student Paper	<b>5%</b>
<b>2</b>	<b>soddis.blogspot.com</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>stp-bandung.net</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>es.scribd.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>www.scribd.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>eprints.undip.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia</b> Student Paper	<b>1%</b>

## LAMPIRAN 7 BIODATA MAHASISWA

### BIODATA



#### 1. Data Pribadi

Nama : Aulia Rahman Rasyidi

NIM : 201520554

Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 20 November 1997

Agama : Islam

Alamat : Jl. Anggur V Pamulang Permai 1 A35/02 RT 002  
RW 011 Kel.Pamulang Barat Kec.Pamulang Kota  
Tangerang Selatan, Banten

Email : rahman.rasyidi@gmail.com

#### 2. Data Orang Tua

Nama Ayah : Saiful Nur Riado

Pekerjaan : Pensiunan

Nama Ibu : Ade Regina Susanti Yusmar

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Alamat : Jl. Anggur V Pamulang Permai 1 A35/02 RT 002  
RW 011 Kel.Pamulang Barat Kec.Pamulang Kota  
Tangerang Selatan, Banten

#### 3. Pendidikan

Nama Sekolah	Tempat	Tahun	Keterangan
MI Pembangunan Jakarta	Jakarta	2003 – 2009	Lulus
MTs Negeri 3 Jakarta	Jakarta	2009 – 2012	Lulus
SMA Negeri 6 Jakarta	Jakarta	2012 – 2015	Lulus
Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung	Bandung	2015 –	-

**4. Pengalaman Bekerja**

<b>Nama Instansi</b>	<b>Tempat</b>	<b>Tahun</b>	<b>Keterangan</b>
Purantara Mitra Angkasa Dua (CAS Food)	Tangerang	2018	Trainee (3 Bulan)