

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA RESORT DIAN
WISATA BOGOR**

Skripsi

Dibuat Oleh :
Heri Setiawan
021112210

**PROGRAM STUDI S1 EKONOMI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
2017**

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RESORT DIAN WISATA

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program
Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,

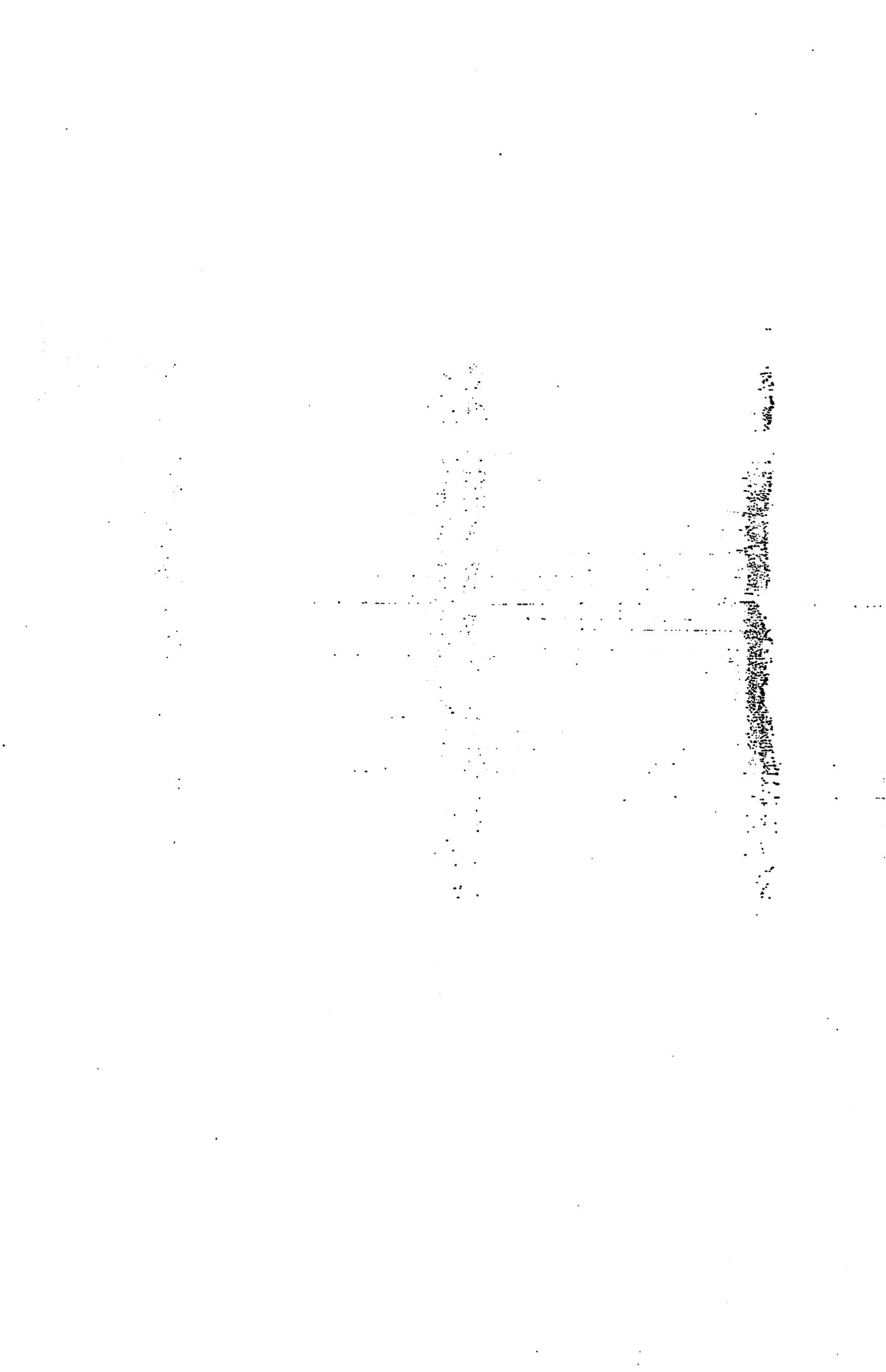


(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA.)

Ketua Program Studi,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Herdiyana'.

(Herdiyana, SE., MM.)



ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RESORT DIAN WISATA

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus

Pada Hari : Sabtu Tanggal : 22 April 2017

Heri Setiawan

021112210

Menyetujui

Dosen Penguji,



(Dra. Hj. Sri Hartini, MM.)

Ketua Komisi Pembimbing

Anggota Komisi Pembimbing



(Ferdisar Adrian, SE., MM.)



(Sri Pudjawati, Dra., MM.)

ABSTRAK

HERI SETIAWAN NPM 021112210, Manajemen S1, Manajemen Pemasaran dengan judul: Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Resort Dian Wisata Bogor. Skripsi jurusan manajemen pemasaran fakultas ekonomi Universitas Pakuan Bogor. Dibawah Bimbingan Ketua komisi pembimbing FERDISAR ADRIAN dan Anggota komisi pembimbing SRI PUDJAWATI. Tahun 2017.

Strategi penjualan merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Salah satu strategi pemasaran yang dimaksud adalah bagaimana dan seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan, Seperti kita ketahui, salah satunya bisnis perhotelan dan Resort. Seperti pada Resort Dian Wisata Bogor, telah terjadinya penurunan tingkat hunian yang menginap pada tahun 2015, diduga banyak konsumen yang tidak puas, ketidakpuasan tersebut diperkuat/dikaitkan dengan jumlah keluhan yang meningkat pelanggan yang mengarah pada kualitas pelayanan sehingga kepuasan pelanggan tidak terpenuhi dengan baik. Tujuan penelitian adalah untuk menyusun rekomendasi terkait kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Resort Dian Wisata Bogor. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis tingkat kesesuaian dan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian tingkat kinerja pada 200 responden penerapan kualitas pelayanan yang diberikan Resort Dian Wisata Bogor sudah baik, hal ini dapat dilihat dari jawaban responden terhadap kinerja Resort Dian Wisata mencapai 3,631786%. Secara keseluruhan rata-rata tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan hasilnya adalah 101,0835%, artinya sesuai dengan yang diharapkan pelanggan atau dapat dikatakan bahwa kinerja pelayanan pada Resort Dian Wisata sudah dapat memberikan rasa puas terhadap pelanggannya. Berdasarkan hasil analisis menggunakan *Importance Performance Analysis*, Resor Dian Wisata diperoleh hasil untuk rekomendasi terkait kualitas pelayanan terhadap dan tingkat kepuasan konsumen yaitu: bangunan dan desain interior kamar yang menarik, tempat parkir, peralatan modern, memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi. Sehingga Harus diperbaiki dan ditingkatkan lagi agar sesuai dengan harapan konsumen, mengurangi faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan berlebihan oleh konsumen. Sehingga dapat, mengalokasikan biaya dan sumberdaya nya kepada faktor yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan.

Kata kunci : *Resort Dian Wisata Bogor, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*

. KATA PENGANTAR

Asalamualaikum Wr.Wb

Syukur alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala Rahmat dan Hidayah-nya, serta karunia kesehatan lahir dan batin kepada penulis. Berkat itu semua penulis dapat menyelesaikan pembuatan proposal penelitian yang berjudul “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RESORT DIAN WISATA” dapat penulis selesaikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan atas junjungan kita Nabi Muhammad SAW hingga hari akhir nanti.

Proposal penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor. Selain itu mempraktekkan secara langsung ilmu dan teori yang didapat selama menjalani masa study di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor .

Dalam penyusunan ini tidak lepas dari petunjuk dan bantuan pihak, saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua penulis Bapak Muhammad Khairrudin dan Ibu Lilis Sulastri serta saudara kandung saya Muhammad Zaelani dan Annisa Nur Fitriani, yang selalu mendukung dan memotivasi penulis dalam rangka penyusunan dan penyelesaian proposal penelitian.
2. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
3. Bapak Herdiyana, SE., MM. Selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
4. Ibu Tutus Rully, SE., MM. Selaku Sekretaris Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
5. Bapak Ferdisar Adrian, MM., SE. Sebagai dosen pembimbing pertama dan Ibu Sri Pudjawati, Dra., MM. selaku dosen pembimbing kedua penulis yang tak henti-hentinya memberikan arahan, dukungan, serta ilmu yang bermanfaat.
6. Staf Tata Usaha dan Staf Perpustakaan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan yang memberi ilmu pengetahuan dan memperlancar dalam pembuatan proposal penelitian.
7. Ibu Yulia S sebagai manager operasional yang telah memberi izin untuk penelitian pengambilan data tentang Resort Dian Wisata.
8. Fanny Julia orang terdekat penulis, yang memberikan bantuan, dorongan semangat dan motivasi yang tiada hentinya sampai penyelesain proposal penelitian.

9. Sahabat dan teman-teman saya .tercinta Agung, Edwin, Oow, Lori, Aji, Abang Darwis, Ari terimakasih atas kebersamaanya dan memberikan semangat untuk menyelesaikan proposal penelitian.
10. Anggi, Restu teman seperjuangan Manajemen angkatan 2012-2016
11. Almamaterku, Universitas Pakuan Bogor.

Semoga Allah SWT memberikan dan melimpahkan Rahmat dan Karunia-NYA atas segala bantuan yang telah diberikan kepada kepada penulis. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak lainnya yang tidak mungkin disebutkan satu-satu yang telah banyak membantu dan memberikan kenangan manis dalam menyusun proposal penelitian.

Bogor, April 2017

(Penulis)

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.3.1 Maksud Penelitian	5
1.3.2 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.4.1 Kegunaan Teoritik	5
1.4.2 Kegunaan Praktik	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Manajemen Pemasaran	6
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	6
2.1.2 Bauran Pemasaran	7

2.1.3	Konsep Pemasaran	8
2.2	Pemasaran Jasa	10
2.2.1	Pengertian Pemasaran Jasa	10
2.2.2	Karakteristik Pemasaran Jasa	10
2.3	Kualitas Pelayanan	12
2.3.1	Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2.4	Kepuasan Konsumen	18
2.4.1	Definisi Kepuasan	18
2.4.2	Cara Mengukur Kepuasan	22
2.4.3	Manfaat Kepuasan	23
2.4.4	Faktor-Faktor Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	23
2.4.5	Strategi Kepuasan Konsumen	24
2.5	Penelitian Sebelumnya	25
2.6	Kerangka Pemikiran	26
2.7	Hipotesis Penelitian	28
BAB III	29
METODE PENELITIAN	29
3.1	Jenis Penelitian	29
3.2	Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian	29
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian	29
3.4	Operasional Variabel	30
3.5	Metode Penarikan Sample	31
3.6	Metode Pengumpulan Data	32
3.7	Metode Pengolahan / Analisis Data	34
BAB IV	36
HASIL PENELITIAN	36
4.1	Hasil Pengumpulan Data	36
4.1.1	Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	37

4.2	Analisis Data	41
4.2.1	Uji Validitas Tingkat Kinerja.....	41
4.2.2	Profil Responden	45
4.3	Pembahasan.....	48
4.3.1	Penerapan Kualitas Pelayanan Resort Dian Wisata Bogor.....	48
4.3.2	Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Resort.....	60
4.3.3	Analisis Kualitas Pelayanan Untuk Menganalisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Importance Performance Analysis (IPA).....	79
4.4	Interprestasi Hasil Penelitian	83
BAB V		84
SIMPULAN DAN SARAN		84
5.1	Kesimpulan	84
5.2	Saran	85
DAFTAR PUSTAKA.....		87

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Data Jumlah Hunian Secara Rinci Di Resort Dian Wisata.....	2
Tabel 2. Data Total Hunian.....	3
Tabel 3. Keluhan Pelanggan pada Resort Dian Wisata tahun 2016	3
Tabel 4. Operasional Variabel	30
Tabel 5. Data Jumlah tamu di Resort Dian Wisata.....	32
Tabel 6. Tabel Skala Likert.....	33
Tabel 7. Uji Validitas Tingkat Kinerja	41
Tabel 8. Reliability Statistics	43
Tabel 9. Uji Validitas Tingkat Harapan.....	43
Tabel 10. Reliability Statistics.....	45
Tabel 11. Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 12. Katagori Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 13. Kategori Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	47
Tabel 14. Kategori Responden Berdasarkan Pendapatan	47
Tabel 15. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Fasilitas Lengkap Yang Baik	48
Tabel 16. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Fasilitas Tempat Parkir Yang Baik Cukup Luas dan Aman	49
Tabel 17. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Peralatan Modern, Seperti AC, LED, TV, dan Tersedia WIFI Gratis Untuk Pelanggan	49
Tabel 18. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Berpenampilan Rapi,Bersih, Menarik dan Terlihat Profesional.....	50
Tabel 19. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Kemampuan Karyawan Melayani Dengan Cepat dan Akurat	51
Tabel 20. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Kebutuhan Pelanggan Yang dijanjiakan Seperti Sarapan, Makan Malam, Dan Menyediakan Makanan Riangan.....	51
Tabel 21. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Kemampuan Karyawan Resort Untuk memberikan Pelayanan yang Sangat Baik	52
Tabel 22. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Setiap karyawan Resort Memiliki Ketanggapan Untuk Membantu Pelanggan Apabila DIBUTUHKAN	53

Tabel 23. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Setiap Karyawan Resort Berupaya Untuk Mengatasi Masalah Atau Keluhan yang Dialami Pelanggan Secara Tepat.....	53
Tabel 24. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Resort Bersedia Memberikan Bantuan dan Merespon Permintaan Pelanggan Secara Cepat dan Tepat.....	54
Tabel 25. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Setiap Karyawan Resort Memberikan Jaminan Kenyamanan Kamar	55
Tabel 26. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan yang Terampil dan Memiliki Kompetensi, Profesional Dalam Melayani Pelanggan	55
Tabel 27. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Setiap Karyawan Resort Mampu Bersikap Baik dan Jujur Kepada Setiap Konsumen.....	56
Tabel 28. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Setiap Karyawan Resort Mampu Memudahkan Pelanggan Untuk Mendapatkan Informasi.....	57
Tabel 29. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Setiap Karyawan Resort Mampu menjalin Hubungan Yang Baik Dengan Pelanggan.....	57
Tabel 30. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Setiap Karyawan Resort Untuk Membantu Pelanggan Dengan Tulus Dan Bersungguh-Sungguh Saat Mengalami Masalah	58
Tabel 31. Hasil Rata-rata Tingkat Kinerja Kualitas Pelayanan Resort.....	58
Tabel 32. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Fasilitas Yang Lengkap Dan Desain Kamar Yang Menarik.....	60
Tabel 33. Tingkat Harapan Responden Terhadap Fasilitas Yang Lengkap dan Desain Interior Kamar Yang menarik	60
Tabel 34. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Fasilitas Tempat Parkir Yang Baik Cukup Luas Dan Aman	61
Tabel 35. Tingkat Harapan Responden Terhadap Fasilitas Tempat Parkir Yang Baik Cukup Luas Dan Aman	61
Tabel 36. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Peralatan Modern, Seperti AC, LED TV, Dan Tersedia Wifi Gratis Untuk Pelanggan.....	62
Tabel 37. Tingkat Harapan Responden Terhadap Peralatan Modern, Seperti AC, LED TV, Dan Tersedia Wifi Gratis Untuk Pelanggan.....	62
Tabel 38. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Berpenampilan Rapi, Bersih, Menarik Dan Terlihat Profesional	63
Tabel 39. Tingkat Harapan Responden Terhadap Karyawan Berpenampilan Rapi, Bersih, Menarik Dan Terlihat Profesional	64

Tabel 40. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Melayani Dengan Cepat dan Akurat Meliputi Tidak Mengganggu Lamanya Antrian.....	64
Tabel 41. Tingkat Harapan Responden Terhadap Karyawan Melayani Dengan Cepat dan Akurat Meliputi Tidak Mengganggu Lamanya Antrian.....	65
Tabel 42. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Memenuhi Kebutuhan Pelanggan Yang dijanjikan Seperti Sarapan, Makan Malam, Dan Menyediakan Makanan Ringan	66
Tabel 43. Tingkat Harapan Responden Terhadap Memenuhi Kebutuhan Pelanggan Yang dijanjikan Seperti Sarapan, Makan Malam, Dan Menyediakan Makanan Ringan	66
Tabel 44. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Kemampuan Karyawan Resort Untuk memberikan Pelayanan yang Sangat Baik	67
Tabel 45. Tingkat Harapan Responden Terhadap Karyawan Resort Untuk memberikan Pelayanan yang Sangat Baik	67
Tabel 46. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Ketanggapan Untuk Membantu Pelanggan Apabila Dibutuhkan.....	68
Tabel 47. Tingkat Harapan Responden Terhadap Ketanggapan Untuk Membantu Pelanggan Apabila Dibutuhkan.....	68
Tabel 48. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Berupaya Untuk Menangani Masalah Atau Keluhan yang Dialami Pelanggan Secara Tepat.....	69
Tabel 49. Tingkat Harapan Responden Terhadap Berupaya Untuk Menangani Masalah Atau Keluhan yang Dialami Pelanggan Secara Tepat.....	69
Tabel 50. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Resort Bersedia Memberikan Bantuan dan Merespon Permintaan Pelanggan Secara Cepat dan Tepat	70
Tabel 51. Tingkat Harapan Responden Terhadap Karyawan Memberikan Bantuan dan Merespon Permintaan Pelanggan Secara Cepat dan Tepat	70
Tabel 52. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Memberikan Jaminan Kenyamanan Kamar	71
Tabel 53. Tingkat Harapan Responden Terhadap Memberikan Jaminan Kenyamanan Kamar	71
Tabel 54. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan yang Terampil dan Memiliki Kompetensi, Profesional Dalam Melayani Pelanggan	72
Tabel 55. Tingkat Harapan Responden Terhadap Karyawan yang Terampil dan Memiliki Kompetensi, Profesional Dalam Melayani Pelanggan	72

Tabel 56. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Mampu Bersikap Baik dan Jujur Kepada Setiap Pelanggan	73
Tabel 57. Tingkat Harapan Responden Terhadap Karyawan Mampu Bersikap Baik dan Jujur Kepada Setiap Pelanggan	73
Tabel 58. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Setiap Karyawan yang Mampu Memudahkan Pelangan Untuk Mendapatkan Informasi	74
Tabel 59. Tingkat Harapan Responden Terhadap Setiap Karyawan yang Mampu Memudahkan Pelangan Untuk Mendapatkan Informasi	74
Tabel 60. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Setiap Karyawan yang Mampu menjalin Hubungan Yang Baik Dengan Pelanggan	75
Tabel 61. Tingkat Harapan Responden Terhadap Setiap Karyawan yang Mampu menjalin Hubungan Yang Baik Dengan Pelanggan	75
Tabel 62. Kinerja Penilaian Responden Terhadap Membantu Pelanggan Dengan Tulus Dan Bersungguh-Sungguh Saat Mengalami Masalah.....	76
Tabel 63. Tingkat Harapan Responden Terhadap Membantu Pelanggan Dengan Tulus Dan Bersungguh-Sungguh Saat Mengalami Masalah.....	76
Tabel 64. Tingkat Kesesuaian Responden (Tki) Terhadap Kepuasan Pelanggan	77
Tabel 65. Nilai rata-rata Penilaian Tingkat Kinerja Dan Tingkat Harapan pada Atribut pada Kualitas Pelayanan	79

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Grafik Hunian Tamu dan Jumlah Keluhan Pelanggan di Resort Dian Wisata, Tahun 2014 - 2015.....	3
Gambar 2. Konsep Kepuasan Pelanggan.....	19
Gambar 3. Paradigma	27
Gambar 4. Struktur Organisasi Resort Dian Wisata	38
Gambar5. <i>Importance Performance Analysis</i> Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Uji Validitas dan Realiabilitas

Lampiran 3. Koding

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dunia bisnis di Indonesia sekarang ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Sehingga menimbulkan persaingan pasar yang cukup ketat dan persaingan pasar yang tidak bisa dihindari lagi. Dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi antarperusahaan, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah meningkatnya penjualan sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak pelanggan. Namun, ada beberapa hal yang harus dipahami oleh perusahaan selaku produsen, bahwa semakin banyak pelanggan maka perusahaan akan semakin sulit mengenali pelanggannya secara teliti terutama tentang suka atau tidaknya pelanggan terhadap barang atau jasa. Untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian para pengusaha harus memiliki strategi penjualan yang baik, dan cepat tanggap dalam mengambil keputusan yang benar agar dapat meningkatkan perkembangan perusahaannya tersebut.

Strategi penjualan yang baik merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan. Dimana strategi penjualan merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Salah satu strategi pemasaran yang dimaksud adalah bagaimana dan seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan ketetapan pengiriman dalam menyeimbangkan harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar, karena kualitas mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan. Kualitas pelayanan yang rendah akan menempatkan perusahaan pada posisi yang kurang menguntungkan. Apabila konsumen merasa bahwa kualitas pelayanan tidak memuaskan, maka kemungkinan besar konsumen tidak akan membeli produk lagi di perusahaan tersebut. Karena konsumen merupakan pihak yang memegang peranan penting dalam menilai kualitas.

Terdapat 5 Dimensi utama dalam mengukur kualitas pelayanan, yaitu : Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), Empati (Empathy), Bukti Fisik (Tangibles).

Seperti kita ketahui, salah satunya bisnis perhotelan dan Resort merupakan suatu bentuk usaha yang menawarkan pelayanan jasa dan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kenyamanan. Sehingga masalah kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini dan tujuan perusahaan akan dapat terwujud. Pesaing bisnis hotel atau resort juga kini semakin meningkat, terbukti belakangan ini terus bermunculan hotel-hotel baru. Hal ini memacu manajemen

resort atau hotel untuk semakin meningkatkan kualitas penginapan, untuk memperoleh pelanggan sebanyak-banyaknya.

Penelitian ini mencoba mengangkat Resort Dian Wisata sebagai salah satu resort yang ada di Kabupaten Bogor Jl.Ciapus Pure , kini resort Dian Wisata tidak hanya sekedar menerima tamu untuk menginap, tetapi mereka juga menyediakan fasilitas pendukung pelayanan jasanya, selain itu resort dian wisata memiliki keindahan tersendiri dengan pemandangan alam gunung salak serta kebun nan hijau. Fasilitas sendiri adalah segala hal yang merupakan sarana dan penunjang kemudahan dan kenyamanan yang secara sengaja disediakan oleh pihak resort untuk dipakai, dimanfaatkan, dinikmati oleh tamu selama dia tinggal di resort. Dalam menjalankan bisnisnya, Resort Dian Wisata sangat memperhatikan 5 dimensi kualitas jasa yaitu Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Fisik dengan sungguh-sungguh yang digunakan sebagai salah satu strategi untuk mengembangkan sayapnya dalam bisnis jasa. Apabila Pelanggan telah puas akan kinerja dari Resort tersebut maka tidak menutup kemungkinan Pelanggan tersebut akan selalu menginap di resort Dian Wisata. Tetapi meskipun demikian masih banyak Pelanggan Resort Dian Wisata yang masih mengeluh dan merasa kurang puas.

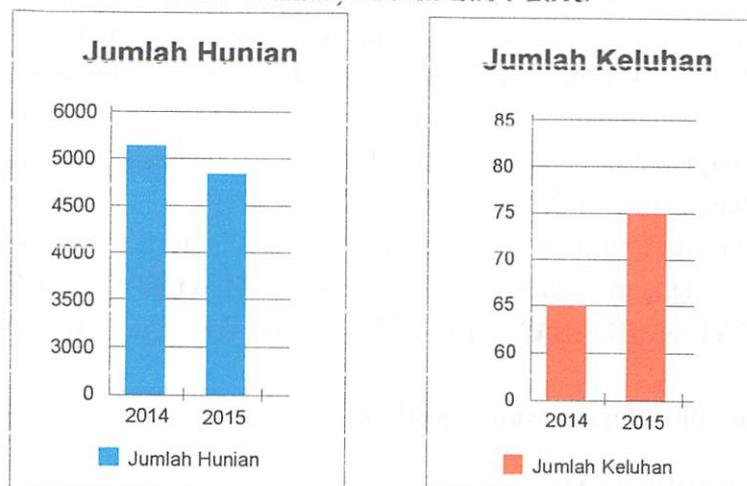
Agar mencapai keberhasilan pemasaran, pihak Dian Wisata perlu menyadari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan, termasuk memahami perilaku pelanggan dan hal-hal yang dapat memberi kepuasan kepada pelanggan.

Tabel 1
Data Jumlah Hunian Secara Rinci di Resort Dian Wisata
Tahun 2014-2015

No	Bulan	2014		2015	
		Jumlah Pengunjung	Jumlah Keluhan	Jumlah Pengunjung	Jumlah Keluhan
1	Januari	625	9	500	11
2	Februari	410	5	219	4
3	Maret	572	4	301	4
4	April	422	6	388	6
5	Mei	402	6	488	7
6	Juni	208	3	256	4
7	Juli	310	4	389	4
8	Agustus	300	4	432	7
9	September	459	7	462	8
10	Oktober	488	7	424	7
11	November	315	8	330	4
12	Desember	603	8	596	9
TOTAL		5114	65	4785	75

Sumber: Hasil wawancara dengan pihak Resort Dian Wisata 2016

Gambar 1
Grafik Jumlah Hunian Tamu dan Jumlah Keluhan Pelanggan di Resort Dian Wisata, Tahun 2014-2015



Tabel 2
Data Total Hunian
Tahun 2014-2015

Tahun	Hunian	Keluhan	Presentase
2014	5114	65	1,27%
2015	4785	75	1,56%

Sumber: Hasil wawancara dengan pihak Resort Dian Wisata 2016

Terdapat beberapa keluhan pelanggan, diantaranya :

Tabel 3
Keluhan Pelanggan pada Resort Dian Wisata Tahun 2016

Jenis Keluhan	Jumlah Keluhan	Presentase (%)
Lamanya mengganggu Air Panas, sekitar 20 menit	4	20
Kelambatan Karyawan dalam melayani tamu	4	20
Kurangnya kepedulian karyawan dalam memenuhi keinginan pelanggan	3	15
AC kamar yang menetes air	3	15
Kurangnya petugas pada proses Check in dan Check Out	2	10
Kurangnya keamanan pada tempat parkir	4	20
TOTAL	20	100

Sumber: Data catatan hasil wawancara dengan karyawan Resort Dian Wisata (Bapak Andi Bagian Penjualan) pada tahun 2016

Dari data tersebut, bahwa pada tahun 2015 terjadi penurunan tingkat hunian, sehingga diduga terdapat penurunan kualitas yang ditandai dengan kenaikan keluhan. Oleh sebab itu, dalam upaya menghadapi permasalahan ini, diperlukan adanya tingkat kualitas pelayanan yang lebih baik harus diciptakan oleh pihak Dian Wisata. Jika secara teori kualitas pelayanan yang diberikan baik kepada pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Hal ini menjadi perhatian bagi pemilik usaha untuk dapat lebih menarik pelanggan sehingga dapat mencapai atau melebihi target.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESORT DIAN WISATA.**

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Bisnis Resort merupakan suatu bentuk usaha yang menawarkan pelayanan jasa dan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kenyamanan. Sehingga masalah kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini dan tujuan perusahaan akan dapat terwujud. Pesaing pembisnis perhotelan atau Resort khususnya Resort Dian Wisata yang ketat mempengaruhi tingkat kenaikan dan penurunan jumlah pelanggan. Dengan ketatnya persaingan, kualitas pelayanan yang baik menjadi prioritas utama untuk menjaring pelanggan dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, dikarenakan kepuasan merupakan salah satu faktor bahwa jasa pelayanan yang ditawarkan dapat diterima oleh pelanggan. pelanggan yang tidak puas akan berakibat pada beralihnya pelanggan tersebut keperusahaan pesaing yang ada.

Jumlah pelanggan di Resort Dian Wisata memiliki kecenderungan menurun. Untuk itu perlunya mendorong perusahaan agar meningkatkan kualitas pelayanan, agar hal-hal mempengaruhi penurunan tersebut dapat diidentifikasi untuk kemudian diterapkan sebagai strategi yang tepat untuk dapat mengatasinya.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan Perumusan Masalah yang telah di jelaskan diatas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Seperti apakah kualitas pelayanan yang dilaksanakan di Resort Dian Wisata?
2. Seperti apakah Tingkat kepuasan pelanggan pada Resort Dian Wisata?

3. Seperti apakah analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Resort Dian Wisata ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang relevan dari Resort Dian Wisata mengenai hal-hal yang berhubungan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Resort Dian Wisata.

Selain itu penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat mengetahui tingkat pelayanan di Resort Dian Wisata yang dipengaruhi bukti langsung, keandalan, jaminan, empati, daya tanggap sebagai indikatornya.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk menganalisis kualitas pelayanan di Resort Dian Wisata.
2. Untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan di Resort Dian Wisata.
3. Untuk mengetahui analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Resort Dian Wisata.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan dalam pengaplikasian teori yang telah diperoleh mengenai pemasaran khususnya mengenai manajemen pemasaran. Dan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan untuk mengembangkan penelitian yang sama, dan tambahan referensi bagi peneliti lain.

1.4.2 Kegunaan Praktik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan referensi bagi perusahaan dalam mengambil keputusan untuk melakukan perbaikan, perbandingan, dan pertimbangan dalam langkah selanjutnya untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik agar loyalitas pelanggan tetap dipertahankan dan ditingkatkan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Pemasaran

2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran dirumuskan sebagai suatu proses manajemen, yang meliputi penganalisaan, perencanaan, dan pelaksanaan dan pengawasan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Kegiatan ini bertujuan menimbulkan pertukaran yang diinginkan, baik yang menyangkut barang dan jasa atau benda-benda lain yang dapat ditimbulkan baik oleh penjual, maupun pembeli yang menguntungkan kedua belah pihak. Berikut ini adalah akan diuraikan beberapa pengertian manajemen pemasaran menurut para ahli, diantaranya:

Menurut Basu dan Bani Handoko (2008,4) menyatakan bahwa: "Manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang disetujui dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan".

Menurut Sofyan Assauri (2007,12) menyatakan bahwa: "Manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengembalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang".

Menurut Ahmad Subagio (2010,2) menyatakan bahwa: "Manajemen pemasaran sebagai analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran demi mencapai tujuan organisasi.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba.

Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Dari sudut pandang manajerial, pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi.

Berikut ini akan diuraikan pengertian pemasaran menurut para ahli guna mencapai pemahaman mengenai pemasaran:

Pengertian pemasaran menurut Kotler dan Keller (2012:27), yakni *"Marketing is about identifying dan meeting human and social needs. One of the shortest good definitions of marketing "meeting needs profitably"*.

Pengertian pemasaran menurut Keegan, Moriarty dan Duncan (1995:5), yaitu *"Marketing is the process of planning and executing the various activities that are involved in selling goods, or ideas and that lead to an exchange between a seller and a buyer"*.

Menurut Ali Hasan (2008:1) mendefinisikan "Pemasaran (Marketing) merupakan sebuah konsep ilmu dalam strategi bisnis yang bertujuan untuk mencapai kepuasan berkelanjutan bagi stake holder (pelanggan, karyawan, dan pemegang saham)."

Menurut Stanton (1991) dalam Danang Sunyoto (2013:194) *"Marketing is a total system business disigned to plan, price, promote, and distribute want satisfying product to target market to achieve organisational objective "*.

Manajemen sangat penting karena merupakan tindakan dari konsep pemasaran, selain mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, manajemen harus mencari jalan untuk mengatasi keadaan permintaan yang berbeda-beda. Manajemen pemasaran harus dapat menentukan tingkat, waktu, dan sifat permintaan sedemikian rupa sehingga dapat membantu perusahaan mencapai sasarnya.

Menurut Kotler dan Keller (2012:27) manajemen pemasaran adalah: *"Marketing is the management as the art and science of choosing target market and getting, keeping, and growing customer through creatin, delivering and communicating superior customer value"*.

Pengertian manajemen pemasaran menurut Zikmund dan D'Amico (1996:36) dalam buku marketing yaitu *"Marketing management is the process of planning, executing and controlling marketing activities to attain marketing goals and objectivies effectively and efficiently"*.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan apa yang mereka inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran barang dan jasa dengan pihak lainnya.

2.1.2 Bauran Pemasaran

Setelah menentukan pasar sasaran dan serta posisi produk yang diinginkan dalam benak konsumen, perusahaan perlu mendesain program agar produk dapat memperoleh respon dari pasar sasaran. Dalam pemasaran diperlukan suatu alat, alat disini adalah program yang dapat

dikontrol oleh perusahaan. Strategi pemasaran yang digunakan perusahaan sering pula disebut bauran pemasaran (*marketing mix*).

Pengertian *Marketing Mix* merupakan alat bagi pemasar yang terdiri dari berbagai elemen suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan sukses (Lupiyyoadi, 2001 : 56). Menurut William J. Stanton (Swasta, 2002 : 78) *marketing mix* adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan yaitu : produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi

Variabel-variabel *Marketing Mix* Dalam pemasaran jasa ada hal-hal penting yang harus kita ketahui terutama dalam penelitian ini menggunakan bauran pemasaran yang terkenal dengan *marketing mix* yang terdiri dari 5P yaitu : (Aditama, 2003 : 163)

1. *Product* (Produk)

Produk artinya kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar sasaran.

2. *Price* (Harga)

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk.

3. *Place* (Distribusi)

Distribusi meliputi aktivitas perusahaan agar produk mudah didapatkan konsumen sarannya.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi artinya aktivitas mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk konsumen sasaran untuk membelinya.

5. *People* (Orang)

Dapat diartikan sebagai pemberi jasa yang harus bersikap *job oriented* dan *customer oriented* serta pengguna dapat dikelompokkan berdasarkan geografis, demografis, dan psikologis.

2.1.3 Konsep Pemasaran

Pada saat ini pemasaran mempunyai peranan yang penting dan menjadi ujung tombak suksesnya perusahaan, untuk mengetahui adanya cara dan falsafah baru yang terlibat didalamnya maka ada tiga faktor dasar dalam konsep pemasaran yaitu :

1. Seluruh perencanaan dan kegiatan perusahaan harus berorientasi pada pelanggan atau pasar.
2. Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan, dan bukannya volume untuk kepentingan itu sendiri.
3. Seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan harus dikoordinasi dan diintegrasikan secara organisasi. Konsep pemasaran adalah sebuah

falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan pelanggan merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan (Dhamanestha dan Handoko, 2006 : 6).

Dalam Pemasaran terdapat enam konsep yang merupakan dasar pelaksanaan kegiatan pemasaran suatu organisasi meliputi :

1. Konsep Produksi

Konsep Produksi berpendapat bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dimana-mana dan harganya murah. Konsep ini berorientasi pada produksi dengan mengerahkan segenap upaya untuk mencapai efisiensi produk tinggi dan distribusi yang luas. Disini tugas manajemen adalah memproduksi barang sebanyak mungkin, karena konsumen dianggap akan menerima produk yang tersedia secara luas dengan daya beli mereka.

2. Konsep Produk

Konsep produk mengatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, performansi dan ciri-ciri yang terbaik. Tugas manajemen disini adalah membuat produk berkualitas, karena konsumen dianggap menyukai produk berkualitas tinggi dalam penampilan dengan ciri-ciri terbaik.

3. Konsep Penjualan

Konsep penjualan berpendapat bahwa konsumen, dengan dibiarkan begitu saja, organisasi harus melaksanakan upaya penjualan dan promosi yang agresif.

4. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran mengatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibanding para pesaing.

5. Konsep Pemasaran Sosial

Konsep pemasaran sosial berpendapat bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan dengan cara yang lebih efektif dan efisien daripada para pesaing dengan tetap melestarikan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

6. Konsep Pemasaran Global

Pada konsep pemasaran global ini, manajer eksekutif berupaya memahami semua faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi pemasaran melalui manajemen strategis yang mantap. Tujuan akhirnya adalah berupaya untuk memenuhi keinginan semua pihak yang terlibat dalam perusahaan.

2.2 Pemasaran Jasa

2.2.1 Pengertian Pemasaran Jasa

Beberapa ahli dibidang jasa, telah berusaha mengutarakan definisi-definisi pengertian jasa. Namun hingga sampai saat ini, belum ada perumusan definisi mengenai pengertian jasa tersebut yang dapat diterima secara bulat.

Menurut William J. Stanton yang dialih bahasakan Danang Suntoyo (2012:186) menyatakan bahwa:

Jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi, yang bersifat tak teraba, yang direncanakan untuk pemenuhan kepuasan pada konsumen (*service are identifiable, intangible activities that are the main object of a transaction designed to provide want satisfaction to consumers*).

Adapun menurut Philip Kotler yang dialih bahasakan Danang Suntoyo (2012:187) menyatakan bahwa:

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya.

Sementara perusahaan yang memberikan operasi jasa adalah perusahaan yang memberikan konsumen produk jasa baik yang berwujud atau tidak berwujud seperti jasa transportasi, jasa hiburan, jasa pendidikan dan restoran.

Adapun menurut Oka A Yoeti (2001:1) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan jasa adalah suatu produk yang tidak nyata dari hasil timbal balik antara pembeli dan penerimaan jasa melalui suatu atau beberapa aktifitas untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

2.2.2 Karakteristik Pemasaran Jasa

Jasa memiliki karakteristik yang sangat mempengaruhi perencanaan program pemasarannya tersendiri. Klasifikasi jasa sangat membantu dalam batasan-batasan dari suatu industri jasa, sehingga tidak memberikan pemahaman akan kebutuhan dan perilaku konsumen secara lebih baik, akan tetapi dalam memberikan pemahaman sistem pengelolaan data yang lebih baik. Namun pada industri jasa masih didominasi oleh orientasi kepada operasi yang menyatakan bahwa industri jasa sangat beragam dan berbeda. Untuk itu klasifikasi jasa sangat diperlukan dipihak perusahaan dalam memberikan pemahaman tentang kebutuhan dan perilaku konsumen secara lebih baik dan benar.

Menurut Danang Sunyoto (2012:189) menyatakan bahwa karakteristik jasa dibedakan menjadi empat, yaitu:

1. Tidak berwujud (*intangibility*) karena jasa tidak dapat dilihat, diraba, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian.
2. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*) jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya apakah sumber itu merupakan orang atau mesin, apakah sumber itu mesin atau tidak hadir, produk fisik yang berwujud tetap ada.
3. Bervariasi (*variability*) jasa yang diberikan sering kali berubah-ubah tergantung siapa yang menyajikan, kapan dan dimana penyajian tersebut dilakukan. Ini mengakibatkan sulitnya menjaga kualitas jasa berdasarkan suatu standar. Untuk mengatasi hal tersebut, perusahaan dapat menggunakan tiga pendekatan dalam pengendalian kualitasnya, yaitu:
 - a. Melakukan investasi dalam seleksi dan pelatihan personil yang baik.
 - b. Melakukan standarisasi proses produksi jasa.
 - c. Memantau kepuasan pelanggan melalui sistem saran dan keluhan, survey pelanggan sehingga pelayanan yang kurang baik dapat diketahui dan diperbaiki.
4. Mudah Musnah (*perishability*) jasa tidak dapat disimpan sehingga tidak dapat dijual pada masa yang akan datang. Keadaan mudah musnah ini bukanlah suatu masalah jika permintaannya stabil karena mudah untuk melakukan persiapan pelayanan sebelumnya. Jika permintaan berfluktuasi, maka perusahaan akan menghadapi masalah yang sulit dalam melakukan persiapan pelayanannya. Untuk itu perlu dilakukan perencanaan produk, penetapan harga serta program promosi yang tepat untuk mengantisipasi ketidaksesuaian antara permintaan dan penawaran jasa.

Pemasaran jasa tidak sama dengan pemasaran produk. Pertama, pemasaran jasa lebih bersifat intangible dan immaterial karena produknya tidak kasat mata dan tidak dapat diraba. Kedua, produksi jasa dilakukan saat konsumen berhadapan dengan petugas sehingga pengawasan kualitasnya dilakukan dengan segera. Hal ini lebih sulit daripada pengawasan produk fisik. Ketiga, interaksi antara konsumen dan petugas adalah penting untuk mewujudkan produk (Rangkuti:2002:19).

Berdasarkan klasifikasi Organisasi Perdagangan Dunia (World Trade Organization-WTO), ruang lingkup klasifikasi bisnis jasa meliputi (Rambat Lupiyoadi, 2006:19) :

- Jasa bisnis
- Jasa komunikasi
- Jasa konstruksi dan jasa teknik
- Jasa distribusi

- Jasa pendidikan
- Jasa lingkungan hidup
- Jasa keuangan
- Jasa kesehatan dan jasa sosial
- Jasa kepariwisataan dan jasa perjalanan
- Jasa rekreasi, budaya. Dan olahraga
- Jasa transportasi
- Jasa lain-lain

Produk yang ditawarkan dalam bisnis jasa tidak berupa barang, seperti pada perusahaan manufaktur. Dalam bisnis jasa konsumen tidak membeli fisik dari produk tetapi manfaat dan nilai dari produk yang disebut "*the offer*". Keunggulan produk jasa terletak pada kualitasnya, yang mencakup kehandalan, ketanggapan, kepastian, dan kepedulian. Layanan konsumen pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai hasil dari kegiatan distribusi dan logistik, dimana pelayanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan. Layanan konsumen meliputi aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat termasuk pelayanan pratransaksi, saat transaksi, dan pasca transaksi. Kegiatan sebelum transaksi akan turut mempengaruhi kegiatan transaksi dan setelah transaksi karena itu kegiatan pendahuluannya harus sebaik mungkin sehingga konsumen memberikan respon yang positif dan menunjukkan loyalitas tinggi.

2.3 Kualitas Pelayanan

2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Philip Kotler dan Garry Armstrong yang dikutip Fandy Tjiptono (2008:26) menyatakan bahwa:

“Kualitas Pelayanan merupakan totalitas bentuk dari karakteristik barang dan jasa yang menu jukan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan konsumen, baik yang tampak jelas maupun yang tersembunyi”.

Setiap perusahaan harus mampu memahami dan mengantisipasi sebagai faktor potensial yang bisa menyebabkan buruknya kualitas pelayanan, diantaranya: Produk dan konsumsi yang terjadi secara simultan, intensitas tenaga kerja yang tinggi, dukungam terhadap konsmen internal kurang memadai, komunikasi memperlakukan semua konsumen dengan cara sama dan mengembangkan pelayanan secara berlebih serta visi bisnis jangka pendek.

Lebih lanjut menurut parasuraman yang dikutip Fandy Tjiptono (2008:29) mendefinisikan “kualitas pelayanan sebagai penilaian konsumen atas keunggulan dan keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh”.

Pelayanan menurut Lovelock didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dan tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut.

Menurut Zeithaml dan Bitner kualitas pelayanan (jasa) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan demikian ada 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan (jasa) yaitu: *expected service* dan *perceived service*.

Keberhasilan atau kualitas pada jasa pelayanan dapat digambarkan melalui produk jasa pelayanan berupa kepuasan pelanggan. Kualitas identik dengan mutu atau tingkat baik dan buruknya sesuatu. Sedangkan berkualitas adalah suatu keadaan yang melebihi standar dan bisa dikatakan sesuatu yang berkualitas merupakan kondisi dimana kenyataan melebihi ekspektasi dari yang diharapkan serta dapat memberikan kepuasan dan memenuhi kebutuhan.

Senada dengan yang diungkapkan oleh Grotsh dan Davis (Hardiansyah, 2011:35), kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Konsep kualitas yang lebih strategis menurut Gasperz (dalam Sinambela, 2011:7) mengacu pada pengertian pokok kualitas, yakni terdiri atas sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan atraktif yang memenuhi terdiri atas segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan. Sama halnya dengan pelayanan, kualitas tidak berwujud fisik melainkan hanya dapat dialami dan dirasakan. Jika dikaitkan dengan pelayanan, maka pelayanan dapat dikatakan berkualitas atau memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat sebagai penerima pelayanan. Pihak yang mampu menilai sebuah kualitas pelayanan adalah pihak yang menerima bentuk pelayanan baik dalam bentuk barang ataupun jasa.

Mengacu pada pengertian kualitas pelayanan tersebut maka konsep kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1997) dalam Wisnalmawati (2005:156). Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan persepsi berdasarkan persepsi pelanggan. Kualitas pelayanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu sipemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakan tuntutan terhadap

pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (Roesanto, 2000) dalam Nanang Tasunar (2006:44). Oleh karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, organisasi harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya (Suranto dan Purnama, 2004:74).

Akan tetapi beberapa pakar dibidang pemasaran mencoba melakukan studi atau mencari pendekatan tentang dimensi atau faktor utama yang menentukan kualitas jasa yakni Zeithaml yang dikenal sebagai SERVQUAL atau kualitas pelayanan (Ratminto, 2012:182-183), terdapat 10 indikator kualitas pelayanan, yakni:

1. Ketampakan fisik (*tangible*) terlihat dalam fasilitas fisik, peralatan, personil dan komunikasi. Ketampakan fisik dalam hal ini ketersediaan fasilitas yang berbentuk fisik tersebut ditujukan untuk meningkatkan kepuasan bagi para penerima pelayanan. Selain itu juga untuk mempermudah proses pelayanan sehingga akan tercapai prinsip efektif dan efisien dalam penyelenggaraan pelayanan publik tersebut
2. Reliabilitas (*reliability*) terdiri dari kemampuan unit pelayanan dalam menciptakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat. Unit pelayanan tersebut termasuk didalamnya ialah para petugas pemberi pelayanan. Sejauh mana unit pelayanan mampu memberikan pelayanan/informasi sesuai yang dibutuhkan oleh konsumen.
3. Responsivitas (*responsiveness*) responsivitas yakni kemampuan untuk membantu konsumen bertanggung jawab terhadap mutu layanan yang diberikan. Responsivitas meliputi pemberian respon oleh pemberi pelayanan ketika menerima kritik atau saran dari konsumen. Kemudian, dapat dilihat dari pemberi pelayanan mampu memberikan penyelesaian dan kritik tersebut secara tepat.
4. Kompetensi (*competence*) tuntutan yang dimilikinya, pengetahuan dan keterampilan yang baik oleh aparatur dalam memberikan pelayanan. Kompetensi dalam konteks ini ialah kesesuaian antara kemampuan petugas pemberi pelayanan dengan fungsi atau tugas yang dijalankan. Peningkatan kompetensi petugas pelayanan dapat dilakukan dengan mengadakan pelatihan kepada para petugas untuk meningkatkan kemampuan sesuai dengan perkembangan tugas atau perubahan tugas yang dijalankan.
5. Kesopanan (*Courtesy*) tercermin melalui sikap atau perilaku ramah, bersahabat serta tanggap terhadap keinginan konsumen serta mau melakukan kontak atau hubungan 28 pribadi. Pengukuran indikator kesopanan ini dapat diamati melalui sikap petugas pelayanan, serta sejauh mana petugas mampu membangun komunikasi dan hubungan yang baik dengan penerima pelayanan.

6. **Kredibilitas (Credibility)** kredibilitas tercermin melalui sikap yang jujur dalam setiap upaya untuk menarik kepercayaan masyarakat. Kredibilitas erat kaitannya dengan reputasi dari kantor atau lembaga pemberi pelayanan. Selain itu, kesesuaian biaya yang dibayarkan oleh konsumen dengan output atau jasa yang diperoleh dapat juga dijadikan sebagai tolak ukur indikator kredibilitas.
7. **Keamanan (Security)** jasa pelayanan yang diberikan harus dijamin bebas dari berbagai bahaya dan resiko. Secara prosedural, lembaga pemberi pelayanan haruslah menjamin keamanan dan keselamatan konsumen selama menerima pelayanan.
8. **Akses (Acces)** akses dalam hal ini merupakan kemudahan untuk membangun komunikasi dan untuk mengadakan kontak serta pendekatan. Kemudahan konsumen dalam mendapatkan informasi pelayanan merupakan standar penilaian dari indikator akses ini.
9. **Komunikasi (Communication)** komunikasi diperoleh melalui kemudahan akses, artinya terdapat kemauan pemberi pelayanan untuk mendengarkan suara, keinginan atau aspirasi pelanggan, sekaligus kesediaan untuk selalu menyampaikan informasi baru kepada masyarakat.
10. **Pengertian (Understanding the costumer)** pengertian kepada konsumen dimaksudkan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan. Indikator pengertian tercermin pada ketanggapan penyedia pelayanan terhadap kebutuhan konsumen.

Namun dalam perkembangan selanjutnya Parasuraman et al., (dalam Zeithaml dan Bitner (1996:118) sampai pada kesimpulan bahwa kesepuluh dimensi kualitas pelayanan di atas dirangkum menjadi lima dimensi pokok yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance* (yang mencakup *competence*, *courtesy*, *credibility*, dan *security*), *emphaty* (yang mencakup *acces*, *communication* dan *understanding the costumer*), serta *tangible*. Kesepuluh dimensi tersebut di atas dapat dikonversi ke dalam lima dimensi parasuraman dalam Lupiyoadi (2006:182), yaitu:

1. **Tangibles** (bukti fisik); meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional. Dengan demikian bukti langsung/wujud merupakan satu indikator yang paling konkrit. Wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat.
2. **Reliability** (kepercayaan); merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera memuaskan. Menurut Lovelock, *reliability to perform the promised service dependably, this means doing it right, over a period of time*. Artinya keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk menampilkan pelayanan yang

dijanjikan secara tepat dan konsisten. Keandalan dapat diartikan mengerjakan dengan benar sampai kurun waktu tertentu. Pemenuhan janji pelayanan yang tepat dan memuaskan meliputi ketepatan waktu dan kecakapan dalam menanggapi keluhan pelanggan serta pemberian pelayanan secara wajar dan akurat.

3. **Responsiveness (daya tanggap)**; yaitu sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini merupakan suatu akibat akal dan pikiran yang ditunjukkan kepada pelanggan.
4. **Assurance (jaminan)**; mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan. Jaminan adalah upaya perlindungan yang disajikan untuk masyarakat bagi warganya terhadap resiko yang apabila resiko itu terjadi akan dapat mengakibatkan gangguan dalam struktur kehidupan yang normal.
5. **Empathy (empati)**; meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. Empati merupakan *individualized attention to customer*. Empati adalah perhatian yang dilaksanakan secara pribadi atau individu terhadap pelanggan dengan menempatkan dirinya pada situasi pelanggan.

Menurut Lovelock dan Wright (2007:96) kualitas pelayanan merupakan evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan. Menurut Parasuraman *et al.* (1988) kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi antara lain:

1. **Bukti Langsung (Tangibles)**
Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
2. **Kehandalan (Reliability)**
Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. **Ketanggapan (Responsiveness)**
Yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas.
4. **Jaminan (Assurance)**
Yaitu pengetahuan kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. **Empati (Empathy)**

Yaitu pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Menurut Parasuraman *et al.*, dimensi kualitas pelayanan yang dikutip Kotler (2000:440), yaitu:

1. **Realibility; *The ability to perform the promised service dependably and accurately.*** (Kehandalan; yaitu kemampuan menyajikan kinerja layanan seperti yang disajikan dengan handal dan akurat).
2. **Responsiveness; *The willingness to help costumers and to provide prompt service.*** (Daya Tanggap; yaitu kesediaan untuk membantu para pelanggan dan menyediakan layanan dengan cepat).
3. **Assurance; *The knowledge and courtesy of employees and their ability to convey trust and confidence.*** (Jaminan; yaitu mencakup pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para staff untuk membangun kepercayaan pelanggan).
4. **Emphaty; *The provision of caring, individualized attention to costumers.*** (Empati; yaitu merupakan bentuk kepedulian dan perhatian pribadi kepada konsumen).
5. **Tangibles; *The appear of phisical facilities, eguip-ment, personnel and communication materials.*** (Bukti Fisik; yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, tampilan fisik pegawai, serta sarana komunikasi).

Lebih lanjut menurut parasuraman yang dikutip Fandy Tjiptono (2008:29) mendefinisikan “kualitas pelayanan sebagai penilaian konsumen atas keunggulan dan keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh”.

Kualitas Pelayanan dapat diukur menggunakan indikator sabagai berikut:

1. **Bukti Langsung (tangibles)**
Yaitu fisik dari jasa yang menunjang penyampaian pelayanan. Dalam hal ini berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan atau dapat pula berupa refresentasi fisik atau jasa.
2. **keandalan (realibility)**
yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan segera, akurat dan memuaskan sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini berarti perusahaan memberikan pelayanan secara cepat sejak pertama kali.
3. **Daya Tanggap (responsiveness)**
Yaitu keinginan konsumen dalam memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya.
4. **Jaminan (assurance)**

Yaitu kemampuan para karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen terhadap perusahaan berupa:

- a. **Komperensi (comperence)**
Yaitu sepanjang orang dalam perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang berhubungan dengan konsumen.
 - b. **Kesopanan (courtesy)**
Dapat meliputi sifat sopan santun, perhatian, dan keramah tamahan yang dimiliki orang para contact personal.
 - c. **Kredibilitas (credibility)**
Sifat jujur dan dapat dipercaya yang mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan dan karakteristik pribadi.
5. **Empati (emphaty)**
Yaitu perhatian yang tulus yang diberikan kepada konsumen yang meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan konsumen. Konsumen yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan konsumen meliputi :
- a. **Access (kemudahan untuk dihubungi dan ditemui)**
meliputi lokasi fasilitas yang telah dijangkau. Waktu menunggu yang tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi dan lain-lain.
 - b. **Communication (Komunikasi)**
Berarti memberikan penjelasan kepada konsumen dalam bahasa yang mereka pahami serta selalu mendengarkan dari konsumen.
 - c. **Understanding (Memahami)**
Yaitu usaha untuk memahami segala kebutuhan konsumen dan usaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dalam memenuhi keinginan pelanggan dan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang diukur berdasarkan 5 indikator yaitu:

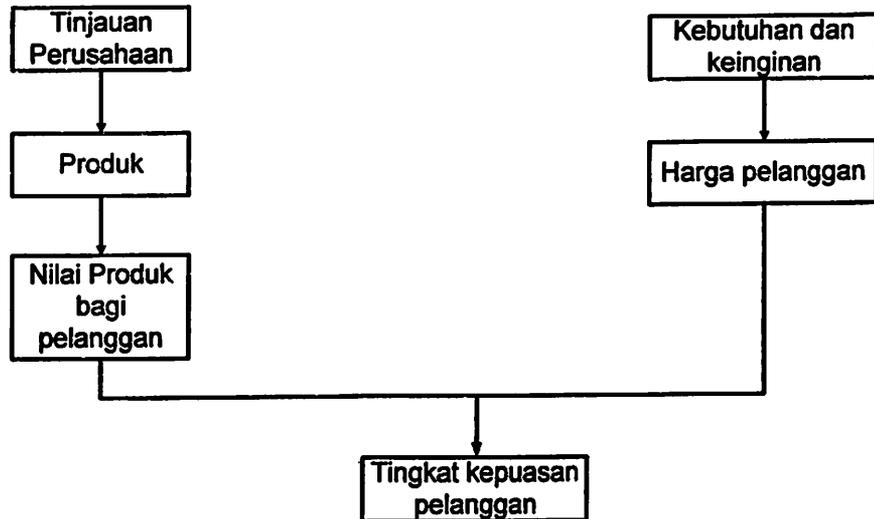
1. **Bukti Fisik (*tangible*)**
2. **Keandalan (*reliability*)**
3. **Daya Tanggap (*responsiveness*)**
4. **Jaminan (*asurance*)**
5. **Empati (*emphaty*)**

2.4 Kepuasan Konsumen

2.4.1 Definisi Kepuasan

Persaingan yang sangat ketat, dengan semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen

menyebabkan setiap perusahaan harus mampu menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan. Karena kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan pelanggan melalui penyampaian produk berkualitas dengan harga bersaing.



Sumber : Tjoptono (2008)

Gambar 2 Konsep Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari kualitas pelayanan dikurangi harapan pelanggan (Zeithaml dan Bitner, 2008) dengan kata lain pengukuran kepuasan pelanggan dirumuskan sebagai berikut:

1. *Service Quality < Expectation*

Bila ini terjadi, dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan buruk. Selain tidak memuaskan juga tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Jika service quality yang diberikan perusahaan lebih kecil dari expectation pelanggan, maka akan mengakibatkan ketidakpuasan terhadap pelanggan.

2. *Service Quality = Expectation*

Bila ini terjadi maka dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan tidak ada keistimewaan. Jika nilai kualitas pelayanan yang muncul diberikan perusahaan sama dengan harapan pelanggan, maka muncul kepuasan yang biasa diinginkan pelanggan.

3. *Service Quality > Expectation*

Bila ini terjadi dapat dikatakan bahwa pelanggan merasakan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak hanya sesuai dengan

kebutuhan, namun sekaligus memuaskan dan menyenangkan. Jika kualitas pelayanan lebih besar dari harapan yang diinginkan pelanggan, maka akan membuat kepuasan pelanggan sangat luarbiasa. Pelayanan ke tiga ini disebut pelayanan prima (*excellent service*) yang selalu diharapkan oleh pelanggan.

Menurut Schnaars (2007:67) pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Tjiptono (2007:243) terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Ada beberapa pakar yang memberikan definisi mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Wilkie (2006:66) mendefinisikannya sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Kotler, et al (2006:351) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Tjiptono (2004:349) kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002:30). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta bersifat situasi sesaat.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:31) kepuasan adalah mencerminkan penilaian komparatif seseorang yang merupakan hasil dari kinerja atau hasil yang dirasakan dari produk dalam hubungan dengan harapannya. Jika kinerja jauh dibawah harapan, pelanggan tidak puas dan kecewa. Jika kinerja melampaui harapan pelanggan akan sangat puas dan senang. Sedangkan konsumen

didefinisikan sebagai berikut "orang tersebut sebelum memakai jasa", kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa dari seseorang sebagai hasil dari perbandingan tampilan jasa yang dirasakan atau hasil seseorang dengan harapan orang tersebut sebelum memakai jasa dalam buku manajemen pemasaran (2002) menurut Philip Kotler bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah: pengalaman pembelian konsumen sebelumnya, nasihat teman dan kolega, janji informasi pemasar dan para pesaingnya.

Menurut Lovelock dan Wright dalam bukunya Manajemen Pemasaran Jasa (2007), kepuasan pelanggan adalah reaksi emosional jangka pendek terhadap pengalaman jasa tertentu. Pelanggan menilai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan mereka setelah menggunakan jasa dan menggunakan informasi ini untuk memperbaharui persepsi mereka tentang kualitas jasa, tetapi sikap terhadap kualitas tidak tergantung kepada pengalaman. Orang sering mendasarkan penilaian tentang kualitas jasa yang belum pernah mereka pakai, pada informasi dari mulut ke mulut atau dari iklan perusahaan, namun pelanggan harus benar-benar menggunakan suatu jasa untuk mengetahui apakah mereka puas atau tidak dengan hasilnya.

Menurut Rush dan Fandy Tjiptono (2000:51-52) bahwa harapan pelanggan dapat berupa tiga tipe yaitu :

Pertama : will expectation, yaitu tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan konsumen akan diterimanya berdasarkan semua informasi yang diketahuinya.

Kedua : Should expectation, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepatasnya diterima konsumen.

Ketiga : Ideal expectation, yaitu kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan atau diterima konsumen.

Menurut Ali Hasan dalam buku Marketing (2008) kepuasan pelanggan merupakan fungsi dasar dari sejumlah nilai produk (kinerja) yang di prespsikan oleh pelanggan dibandingkan dengan harapan pelanggan sebelum menggunakan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya adalah: kebutuhan pribadi, pengalaman masa lampau, rekomendasi dari mulut ke mulut dan iklan.

Hal yang sama juga ditemukan oleh Gronroos dalam Fandy Tjiptono (2000:51-52) menyatakan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas total suatu jasa terdiri atas dua dimensi utama.

Dimensi pertama yakni *Technical Quality (outcoem dimention)* yang berkait dengan kualitas output jasa yang dipresepsikan pelanggan. Dimensi kedua yaitu *Funcional Quali*y (procces-related dimention) berkaitan dengan kualitas cara penyampaian jasa atau menyankut proses transfer kualitas teknis,output atau hasil akhir jasa dari penyedia jasa kepada pelanggan.

Dari berbagai pendapat yang didefinisikan para ahli bisa disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon dari prilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.

2.4.2 Cara Mengukur Kepuasan

Setelah melakukan pembelian, konsumen akan mengalami tahap purna beli, dalam tahap ini konsumen merasakan tingkat kepuasan atau tidak kepuasan tertentu yang akan berpenagruh pada perilaku konsumen berikutnya. Jika konsumen merasa puas maka akan memperlihatkan perilaku berikutnya yaitu dengan melakukan pembelian ulang.

Menurut Kotler (2005:72) ada empat alat untuk melacak dan mengukur kepuasan pelanggan, adalah sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran
2. *Survey* kepuasan pelanggan
3. Belanja siluman
4. Analisis pelanggan yang hilang

Menurut Tjiptono (2000:22) konsumen yang merasa tidak puas pun akan berinteraksi dengan tindakan yang berbeda, ada yang mendiamkan saja dan ada pula yang melakuakn komplain. Berkaitan dengan hal ini, ada tiga kategori tanggapan atau complain terhadap ketidakpuasan, yaitu:

1. *Voice response* yaitu usaha menyampaikan keluhan secara langsung dan/atau meminta ganti rugi kepada perusahaan yang bersangkutan, maupun kepada distributornya.
2. *Private response* yaitu tindakan yang dilakukan antara lain memperingati atau memberitahu kolega, teman, atau keluarganya mengenai pengalamannya dengan produk atau perusahaan yang bersangkutan.
3. *Third-party response* yaitu tindakan yang dilakukan meliputi usaha meminta ganti rugi secara hokum, mengadu lewat media massa, atau secara langsung mendatangi lembaga konsumen, instasi hokum dan sebagainya.

Terciptanya kepuasan konsumen adalah salah satu upaya dari perusahaan untuk dapat terus bertahan dan memenangkan persaingan dalam pasar yang ada. Dengan terciptanya kepuasan konsumen akan semakin mempererat hubungan antara perusahaan dengan konsumen.

2.4.3 Manfaat Kepuasan

Menurut Tjiptono (2001:41) kepuasan konsumen saat ini sangat penting, karena:

1. Daya Persuasif *Word of Mouth* (Gethok Tular), Gethok tular dari pelanggan merupakan strategi untuk menarik pelanggan baru.
2. Reduksi Sensitivitas Harga, Pelanggan yang merasa puas dan loyal terhadap suatu perusahaan cenderung lebih jarang memerhatikan harga untuk setiap pembelian individualnya. Dalam banyak kasus, kepuasan pelanggan mengalihkan fokus pada harga, pelayanan, dan kualitas.
3. Kepuasan Pelanggan sebagai Indikator Kesuksesan Berbisnis di Masa Depan, Pada Hakikatnya kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu yang cukup lama sebelum dapat memperlihatkan reputasi atas layanan prima.
4. Manfaat Ekonomi Mempertahankan Pelanggan versus Menarik Pelanggan Baru.

2.4.4 Faktor-Faktor Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Kotler (1997:42) menjelaskan: *“The company can increase customer satisfaction by lowering its price, or increasing its service, and improving product quality”*. Maksudnya, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan jalan menjual produk dengan harga memadai, atau meningkatkan layanan, dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Secara implisit, pernyataan diatas menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah:

1. Harga

Harga merupakan keputusan yang paling mendasar diantara program-program pemasaran yang lain, karena dalam setiap produk maupun jasa mempunyai harga. Harga juga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu kemampuan untuk memenuhi kebutuhan internal dan eksternal pelanggan secara konsisten sesuai prosedur. Dalam hal ini penyedia jasa dituntut untuk berusaha mengerti apa yang diinginkan pelanggan, sehingga mempunyai harapan untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang baik.

3. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk keawetan, kemudahan pemakaian dan diperbaiki, serta atribut bernilai lainnya.

2.4.5 Strategi Kepuasan Konsumen

Ada beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Beberapa strategi kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Tjiptono (2001:47) :

1. Strategi pemasaran berupa *Relationship Marketing*

Strategi di mana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dengan kata lain, penjual menjalin kemitraan dengan pembeli secara terus menerus.

2. Strategi *superior customer service*

Strategi ini menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing. Hal ini membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia, dan usaha yang gigih agar tercipta suatu pelayanan yang superior.

3. Strategi *unconditional guarantees* atau *extraordinary guarantees*.

Strategi ini adalah komitmen untuk memberikan kepuasan pada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Garansi atau jaminan dirancang untuk meringankan risiko/kerugian pelanggan, dalam hal pelanggan tidak puas terhadap barang atau jasa yang telah dibayarnya.

4. Strategi penanganan keluhan yang efisien

Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas.

5. Strategi peningkatan kinerja perusahaan

Meliputi berbagai upaya seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, *salesmanship*, memberikan pelatihan kepada karyawan dan pihak manajemen.

6. Menerapkan *Quality Function Development* (QFD)

Quality Function Development (QFD) merupakan praktik merancang suatu proses bagi tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. QFD berusaha menerjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan oleh perusahaan. Hal ini

dilaksanakan dengan melibatkan pelanggan dalam pengembangan produk sedini mungkin.

2.5 Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang dilakukan oleh Ratih Hardiati (2010) yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Villa Agrowisata Kebun Teh Pagilran”** Berdasarkan hasil analisis dibawah ini yakni :

- 1) Hasil analisis diperoleh bahwa variabel bukti fisik (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,271 signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dan dinilai t_{hitung} sebesar 3,430 dengan tingkat signifikansi terhadap kepuasan konsumen (Y).
- 2) Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kehandalan (X2) memiliki koefisien regresi 0,197 signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai t_{hitung} sebesar 2,318 dengan tingkat signifikansi 0,023 (<0.05), Hal ini berarti bahwa kehandalan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
- 3) Hasil analisis diperoleh bahwa variabel daya tanggap (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,201 signifikan terhadap konsumen (Y) dan nilai t_{hitung} sebesar 2,688 dengan tingkat signifikansi 0,008 (<0.05). hal ini berarti bahwa daya tanggap (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsumen (Y).
- 4) Hasil analisis dipengaruhi bahwa variabel jaminan (X4) memiliki koefisien regresi sebesar 0,316 signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai t_{hitung} sebesar 3,959 dengan tingkat signifikansi 0,006 (< 0,05). Hal ini berarti bahwa jaminan (X4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) regresi sebesar 0,165 signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
- 5) Hasil analisis yang diperoleh bahwa variabel kepedulian (X5) memiliki koefisien regresi sebesar 0,165 (bertanda positif) terhadap kepuasan konsumen dan nilai t_{hitung} sebesar 2,095 dengan tingkat signifikansi 0,039 (< 0,05). Hal ini berarti bahwa kepedulian (X5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Safira Aini (2013) yang berjudul **“Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Ollino Garden Malang”** berdasarkan analisis dibawah ini yakni:

- 1) Uji t terhadap variabel Reliabilitas (X1) didapatkan besarnya koefisien regresi (B) adalah 0,165 dan t_{hitung} sebesar 2,147 dengan signifikansi t sebesar 0,034 (0,034 < 0,05) maka secara parsial variabel Reliabilitas (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

- 2) Uji t terhadap variabel Ketanggapan (X2) didapatkan besarnya koefisien regresi (B) adalah 0,256 dan t_{hitung} sebesar 2,060 dengan signifikansi t sebesar 0,042 ($0,042 < 0,05$) maka secara parsial variabel Ketanggapan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
- 3) Uji t terhadap variabel Jaminan (X3) didapatkan besarnya koefisien regresi (B) adalah 0,232 dan t_{hitung} sebesar 2,307 dengan signifikansi t sebesar 0,023 ($0,023 < 0,05$) maka secara parsial variabel Jaminan (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
- 4) Uji t terhadap variabel Empati (X4) didapatkan besarnya koefisien regresi (B) adalah 0,296 dan t_{hitung} sebesar 3,375 dengan signifikansi t sebesar 0,001 ($0,001 < 0,05$) maka secara parsial variabel Empati (X4) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
- 5) Uji t terhadap variabel Bukti Nyata (X5) didapatkan besarnya koefisien regresi (B) adalah 0,281 dan t_{hitung} sebesar 3,442 dengan signifikansi t sebesar 0,001 ($0,001 < 0,05$) maka secara parsial variabel Bukti Nyata (X5) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Penelitian yang dilakukan oleh Wayan Widya Suradarma yang berjudul **“Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona Denpasar Timur”** Berdasarkan analisis dibawah ini yakni :

- 1) Hasil diatas menunjukkan nilai signifikansi uji t sebesar $0,011 < 0,05$, artinya H1 = bukti fisik berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan di Hotel Bintang Pesona.
- 2) Hasil untuk variable kehandalan nilai signifikansi uji t sebesar $0,030 < 0,05$, artinya H2 = kehandalan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan di Hotel Bintang Pesona.
- 3) Hasil untuk variable daya tanggap nilai signifikansi uji t sebesar $0,020 < 0,05$, artinya H3 = daya tanggap berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan di Hotel Bintang Pesona.
- 4) Hasil untuk variable jaminan menunjukkan nilai signifikansi uji t sebesar $0,032 < 0,05$, artinya H4 = jaminan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan di Hotel Bintang Pesona.
- 5) Hasil untuk variable empati menunjukkan nilai signifikansi uji t sebesar $0,039 < 0,05$, artinya H5 = empati berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan di Hotel Bintang Pesona.

2.6 Kerangka Pemikiran

Setiap perusahaan sebaiknya selalu melakukan evaluasi terhadap apa yang menjadi keluhan pelanggan. Tujuan adanya evaluasi adalah untuk melihat dan mengetahui kekurangan perusahaan dan hal apa saja yang membuat skala penjualan menurun, salah satu cara untuk mengetahui penyebabnya dapat dilihat dari data keluhan pelanggan.

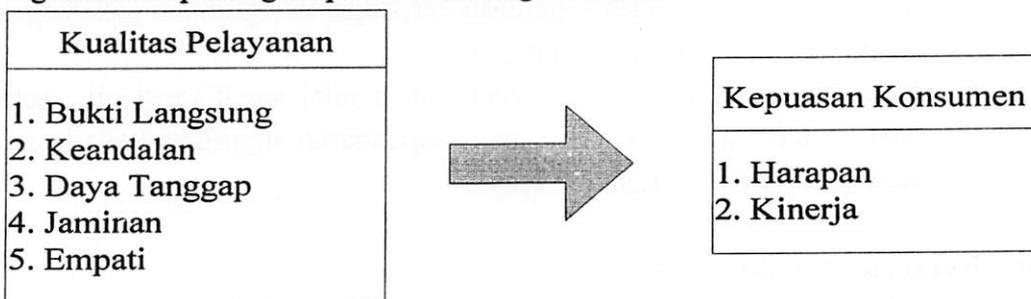
Hal-hal seperti itu harus lebih diperhatikan karena dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah ketika harapan sesuai dengan hasil yang dirasakan, apabila harapan sesuai dengan kenyataan maka pelanggan akan merasa puas, tetapi sebaliknya apabila harapan tidak sesuai dengan kenyataan maka pelanggan akan merasa kecewa. Harapan pelanggan dikatakan terpenuhi jika kinerja yang diberikan dapat melebihi dari harapan itu sendiri. Tjipto (2007:243). Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of the mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Perusahaan yang bergerak dibidang jasa penginapan sebaiknya lebih mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memperhatikan Kualitas Pelayanan. Kualitas Pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas Pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Sebuah perusahaan jasa sebisa mungkin dapat memberikan jasa yang berkualitas tinggi secara konsisten dan continue dibandingkan dengan pesaing, dalam rangka memenuhi harapan pelanggan. Menurut parasuraman dalam Lupiyoadi (2006:182) terdapat 5 dimensi Kualitas Pelayanan yaitu: *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Emphaty* (Empati).

Resort Dian Wisata harus menganalisis dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan agar keluhan dapat diminimalisasi dan dapat diperbaiki dengan baik sehingga dapat meningkatkan nilai penjualan.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan diatas, maka dapat digambarkan paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 3
PARADIGMA penelitian

2.7 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan penelitian sebelumnya, maka penulis dapat mengemukakan hipotesis atau dugaan sementara sebagai berikut:

1. Penerapan Kualitas Pelayanan pada Resort Dian Wisata Bogor diduga cukup baik.
2. Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Resort Dian Wisata Bogor diduga cukup baik.
3. Terdapat analisis Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan di Resort Dian Wisata Bogor.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *Descriptif survey* dengan metode studi kasus mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Resort Dian Wisata, dengan cara melakukan observasi langsung ke lokasi penelitian, melakukan wawancara kepada staff perusahaan pelanggan yang berkunjung.

3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

Yang menjadi objek penelitian dari judul penelitian ini kualitas pelayanan sebagai variabel *independent (x)* yaitu kualitas pelayanan dengan sub variabel bukti langsung, keandalan, daya tanggap, janiman dan empati. Sedangkan variabel *dependent (y)* yaitu kepuasan pelanggan dengan indikatornya harapan dan kinerja.

Unit analisis yang digunakan pada penelitian ini berupa *dyads*, yaitu penelitian mengenai pelanggan dan pihak perusahaan, sehingga data yang di dapat mengenai atau berasal dari (respon) pelanggan dan perusahaan dan merupakan hasil kuesioner yang diberikan, yaitu kepada pelanggan Resort Dian Wisata.

Yang menjadi tempat penelitian yaitu Resort Dian Wisata, dan berlokasi di Jl. Ciapus, Pure Jayatkarsa, Tamansari, Kab Bogor.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini jenis dan sumber data penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah data kuantitatif. Sedangkan sumber data yang diperoleh dalam melakukan penelitian ini merupakan data primer dan sekunder.

1. Data primer diperoleh dari hasil melakukan survey kepuasan pelanggan, dengan cara wawancara dan penyebaran kuesioner yang berupa pertanyaan-pertanyaan kepada para pelanggan yang menginap di Resort Dian Wisata.
2. Data sekunder dalam penmelitian ini diperoleh studi kepustakaan yang isinya berupa data teori pendukung organisasi. Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data yang diperoleh dari laporan perusahaan atau literature yang berhubungan dengan penelitian. Data ini diperoleh dari beberapa sumber seperti: catatan atau dokumentasi perusahaan, jurnal-jurnal, internet dll.

3.4 Operasional Variabel

1. Variabel Independen (Variabel bebas/tidak terikat)

Variabel Independen merupakan variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Artinya, jika terjadi perubahan pada variabel independen maka variabel dependen akan terpengaruh atas perubahan tersebut. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah “kualitas pelayanan”.

2. Variabel Dependen (Variabel tidak bebas/ terikat)

Variabel Dependen merupakan variabel terikat / tidak bebas, adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini adalah “kepuasan konsumen”.

Tabel 4
Operasional Variabel
Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Resort Dian Wisata

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Pelayanan (x)			
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas penampilan fisik • Peralatan • Personal/SDM • Materi komunikasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Lengkap atau tidaknya fasilitas • Terlihat modern dan menarik • Penampilan karyawan • Promosi yang mudah dipahami atau tidak 	Ordinal
Kehandalan (<i>Realibility</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Akurat • Dapat diandalkan 	<ul style="list-style-type: none"> • Waktu yang dijanjikan dapat dipenuhi • Jasa yang diterima sesuai dengan yang dijanjikan 	Ordinal
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Keinginan untuk menolong pelanggan • Cepat dan tanggap 	<ul style="list-style-type: none"> • Berupaya untuk menyelesaikan masalah konsumen • Menyediakan jasa secara cepat 	Ordinal
Jaminan (<i>Assurance</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Kredibilitas 	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan karyawan untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap perusahaan 	Ordinal

	<ul style="list-style-type: none"> • Keamanan • Keramahan • Kompetensi 	<ul style="list-style-type: none"> • dalam mengkonsumsi jasa • Jaminan rasa aman terhadap pelanggan • Sopan santun dan menghargai pelanggan • Keterampilan sikap, dan perilaku yang dibutuhkan 	
Empati (<i>Emphaty</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Akses • Komunikasi • Memahami pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan untuk memanfaatkan jasa dalam menangani kebutuhan pelanggan • Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan baik • Kemampuan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen 	Ordinal
Kepuasan Pelanggan (y)	Kinerja (<i>perceived performance</i>)		Ordinal
	Harapan pelanggan (<i>expectation</i>)		

3.5 Metode Penarikan Sample

Metode dalam penarikan sampel menggunakan sampel random sampling yaitu metode penarikan sampel dengan secara acak, tanpa memperhatikan tingkatan yang ada dalam populasi, tiap elemen populasi mempunyai peluang yang sama. Penentuan jumlah sampel ini menggunakan rumus slovin untuk menentukan berapa banyak jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian dengan nilai nilai error (e)

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sample

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan error 1%, 5%, 10%

Berikut ini data Jumlah Tamu yang datang ke Resort Dian Wisata :

Tabel 5
Data Jumlah Tamu di Resort Dian Wisata
Tahun 2015

2015	
Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	500
Februari	219
Maret	301
April	388
Mei	488
Juni	256
Juli	389
Agustus	432
September	462
Oktober	424
November	330
Desember	596
Jumlah	4785
Jumlah rata-rata	398

Sumber: olah data, 2016

Berdasarkan Rumus slovin tersebut, maka jumlah sampel yaitu :

$$n = \frac{398}{1 + 398(0.05)^2} = 199.49 \text{ responden}$$

Dari perhitungan di atas, maka sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 199.49, yang dibulatkan menjadi 200 responden.

Metode Pengambilan sampel untuk penelitian, dilakukan dengan cara mengambil sampel dari jumlah tamu yang menginap sebanyak 200 responden. Kemudian dilakukan penyebaran kuesioner dengan cara mendatangi orang yang sedang bermalam atau orang yang sudah pernah bermalam di Resort Dian Wisata Bogor lebih dari 1 kali. Hal ini dilakukan karena diharapkan hasil yang didapatkan dari kuesioner tersebut valid.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara :

1. Tinjauan Pustaka

Riset kepustakaan dilakukan untuk dapat memperoleh data dalam bentuk teori yang dilakukan dengan cara mempelajari, memahami, dan meneliti

berbagai literatur yang ada seperti buku-buku , catatan-catatan, makalah serta data lainnya yang dapat dijadikan referensi oleh penulis.

2. **Data Primer**

Penelitian lapangan/langsung, Penelitian yang dilakukan dengan cara memperoleh data dari sumbernya :

a) **Wawancara**

Bertanya langsung dan mendengarkan jawaban langsung yang diberikan oleh pihak terkait.

b) **Observasi**

Pengamatan dari peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek peneliti.

c) **Kuesioner**

Sejumlah pertanyaan tertulis dan sistematis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari jawaban yang diisi oleh responden (pengisi kuesioner/konsumen).

3. **Data sekunder** adalah data primer yang telah diolah menjadi suatu tabel, grafik, atau gambar yang dapat menjadi informasi bagi pihak lain, pada data ini data sekunder.

4. **Skala Pengukuran**

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang. Skala likert untuk memberikan ukuran sikap seseorang tingkat ordinal. Skala likert adalah yang sering digunakan dalam penelitian survei dengan orang menyatakan sikap atau tanggapan lain sehubungan dengan kategori tingkat ordinal. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pertanyaan seperti tabel dibawah ini.

Tabel 6

Tabel Skala Likert

KRITERIA	SKOR
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber:2016

KRITERIA	SKOR
Sangat Puas (SP)	4
Puas (P)	3
Tidak Puas (TP)	2
Sangat Tidak Puas (STP)	1

Sumber:2016

3.7 Metode Pengolahan / Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Metode ini digunakan untuk mendeskriptifkan dan mendapat gambaran tentang penerapan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada Resort Dian Wisata Bogor.

2. Analisis Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian bertujuan untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara skor tinggi kinerja atau harapan konsumen.

$$Tki = \frac{X_j}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan

Tki : Tingkat kesesuaian Responden

X_j : Skor penilaian kinerja atau indikator-indikator kepuasan pelanggan yang diberikan oleh Resort Dian Wisata.

Y_i : Skor penilaian kepuasan atau harapan konsumen pada indikator-indikator kepuasan konsumen yang diberikan oleh Resort Dian Wisata.

3. Importance Performance Analysis (IPA)/Diagram Kartesius

Membuat peta posisi importance performance yang merupakan suatu bangun yang dibagi menjadi empat kuadrat yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik sebagai berikut :

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{k} \qquad \bar{y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{k}$$

Keterangan :

\bar{X} : Rata-rata dari skor tingkat kinerja karyawan Resort Dian Wisata

\bar{Y} : Rata-rata dari skor tingkat harapan konsumen Resort Dian Wisata

K : Banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen Resort Dian Wisata.

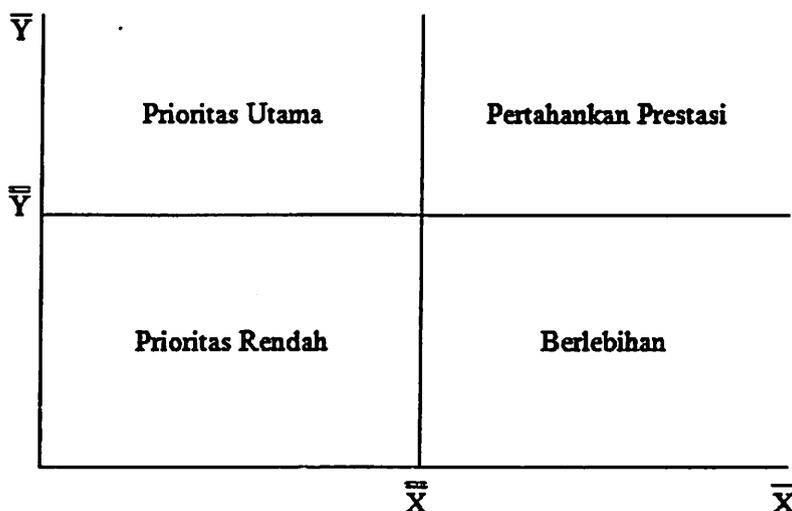
Selanjutnya sumbu mendatar X (Kualitas pelayanan) akan diisi oleh tingkat kinerja. Sedangkan sumbu tegak Y (Kepuasan Konsumen) akan diisi oleh skor tinggi harapan. Dalam penyederhanaan rumus maka untuk setiap atribut digunakan persamaan sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum xi}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum xi}{n}$$

Keterangan :

\bar{X} : Skor rata-rata kinerja karyawan Resort Dian Wisata.

\bar{Y} : Skor rata-rata harapan konsumen Resort Dian Wisata.



Sumber : Husein Umar, 2008

Adapun interpretasi dari kuadran tersebut sebagai berikut :

a. **Prioritas Utama (Concntrate Here)**

Pada kuadran-kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan konsumen, akan tetapi kinerja perusahaandinilai belum memuaskan sehingga pihak perusahaan perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber daya nya guna meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini.

b. **Pertahankan Prestasi (Keep Up With The Gool Work)**

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang diharap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang bagi kepuasan konsumen sehingga pihak menejemen berkewajiban memastikan bahwa kinerja institusi yang dikelola dapat terus mempertahankan prestasi yang telah dicapai.

c. **Prioritas Rendah (Low Priority)**

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat harapan dan kinerja actual yang rendah dan atau tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen. Sehingga perusahaan tidak perlu memprioritas atau memberikan perhatian lebih pada faktor tersebut.

d. **Prioritas rendah (Possyibly Overkill)**

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan-perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut dan faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan, semisal dikuadran.

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Objek penelitian dari judul penelitian ini adalah kualitas pelayanan sebagai variabel *independent (x)* yaitu kualitas pelayanan dengan sub variabel salah satunya bukti fisik, setelah melakukan observasi langsung bukti fisik Resort Dian Wisata seperti: Fasilitas bangunan dan area parkir dian wisata cukup menarik, aman dan luas. Sedangkan variabel *dependent (y)* yaitu kepuasan pelanggan dengan indikatornya kinerja dan harapan.

Unit analisis yang digunakan pada penelitian ini berupa *dyads*, yaitu penelitian mengenai pelanggan dan pihak perusahaan, sehingga data yang di dapat mengenai atau berasal dari (respon) pelanggan perusahaan dan merupakan hasil kuesioner yang diberikan, yaitu kepada konsumen Resort Dian Wisata.

Yang menjadi tempat penelitian yaitu Resort Dian Wisata, dan berlokasi di Jl. Ciapus, Tamansari Bogor.

Jenis data yang di teliti adalah data kuantitatif yang bersumber dari data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data tertentu. Umar (2005). Data primer yang diperoleh penulis melalui hasil penyebaran kuesioner para pengunjung Resort Dian Wisata, atau berupa uraian/penjelasan mengenai variabel yang diteliti pada Resort Dian Wisata.

Dari hasil yang didapat dengan melakukan metode penarikan sample, maka jumlah populasi yang didapat peneliti yaitu sebanyak 200 responden.

4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

Resort Dian Wisata adalah sebuah tempat penginapan nan asri di kawasan Ciapus, kaki Gunung Salak, Kab.Bogor, Jawa Barat.

Kamar dan suite Modern disini menawarkan kamar mandi pribadi serta TV dengan saluran kabel. Resort Dian Wisata pun menyuguhkan pemandangan dan udara yang sejuk, karna berada tepat di kaki Gunung Salak dan dikelilingi oleh perkebunan. Tempatnya sangat strategis karna dilalui banyak kendaraan Umum dan dekat dengan berbagai tempat wisata didaerah sana, seperti Hiking ke air terjun curug nangka, curug luhur, bedeng, kampung salaka. Dan bisa berkunjung ke pura Jayatkarsa, untuk beribadah, sekedar photo, Shooting dan Prewedding. sehingga jika menginap disana tamu tidak perlu jauh-jauh dan memakan waktu lama untuk mengunjungi tempat wisata tersebut.

Kondisi Resort pun sangat baik, memiliki bangunan yang elegan, nyaman dan kokoh. Resort ini menawarkan beragam fasilitas, seperti arena untuk berenang keluarga, karaoke room, dan yang menarik lokasi ini juga menyediakan trek offroad, bisa digunakan untuk Outbound, Camping di lokasi sekitar, team Buiding, rafting.

➤ Fasilitas Resort

1. 15 Kamar
2. 2 Ruang Santai
3. Kolam Renang
4. Karaoke Room
5. Layanan Kamar 24 Jam
6. Layanan Front Office serta keamanan 24 Jam
7. Area Parkir yang memadai
8. Taman Bermain
9. Trek offroad

➤ Fasilitas Favorit Tamu

1. Kolam Renang
2. Karoke Room
3. Taman Bermain
4. Trek offroad

➤ Mirage Resto

Tersedia : Sarapan – Makan Siang – Makan Malam

- **Suasana**
 1. Untuk Keluarga
 2. Romantis

- **Masakan**
 1. Sunda
 2. Indonesia

- **Antraksi**
 1. Hanya Berjarak Pejalan kaki menuju Pura Jayatkarsa
 2. Berjarak 10 Menit menuju Wisata air Terjun Curug Nangka
 3. Berjarak 15 Menit menuju Wisata air Terjun Curug Luhur
 4. Berjarak 20 Menit menuju Wisata Bedeng – Pemandian air panas

- **Layanan Resepsionis**
 1. Bagian Penerima Tamu 24 Jam
 2. Bagian Keamanan 24 Jam
 3. Layanan Pramutamu
 4. Check in – Check out Pribadi

- **Layanan Resepsionis**
 1. Dry Cleaning
 2. Jasa Penyetrika
 3. Penyemiran Sepatu
 4. Layanan Kebersihan Harian

- **Fasilitas Umum**
 1. Layanan Kamar
 2. Surat Kabar
 3. Ruang bebas Rokok
 4. Kamar Keluarga
 5. AC

4.1.2 Kegiatan Usaha

Resort Dian Wisata ini bergerak dibidang jasa penginapan yang cocok untuk peristirahatan dan rekreasi, tempat menginap dimana mempunyai fasilitas khusus untuk kegiatan bersantai dan olahraga sehingga pengunjung dapat bersenang-senang dengan mengisi waktu luang menuntut ketersediannya fasilitas pokok serta fasilitas rekreatif indoor dan outdoor.

4.1.3 Visi dan Misi

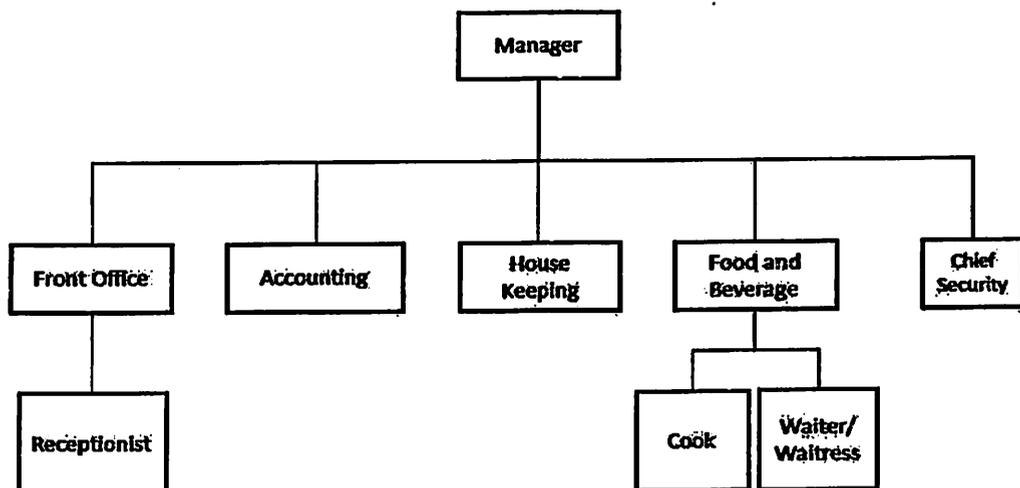
Resort Dian Wisata memiliki visi memberikan pelayanan terbaik untuk semua pengunjung dan mengutamakan kepuasan pengunjung, memiliki para pengunjung setia yang membuat kita menjadi pilihan pertama.

Resort Dian Wisata memiliki misi memberikan pelayanan resort yang berkualitas dengan pelayanan yang ramah sehingga membuat orang senang dan tersenyum.

4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan diinginkan

Adapun struktur organisasi Resort Dian Wisata Bogor seperti gambar dibawah:



Gambar 4
Struktur Organisasi Resort Dian Wisata

Tugas dan Tanggung Jawab :

A. Manager :

- Bertanggung jawab Terhadap Operasional
- Membuat perencanaan
- Menciptakan Budaya
- Membuat Keputusan

B. Front Office :

- Menyambut Setiap tamu-tamu penginapan dengan ramah
- Menjawab Telpon berkaitan dengan informasi Resort Tersebut
- Mencatat daftar tamu resort berkaitan dengan Check In & Check Out
- Data Entry Informasi Tamu
- Menyortir Surat-surat yang masuk ke Resort
- Memberi Bantuan pada pengunjung resort bila diperlukan

C. Accounting :

- Bertanggung jawab atas semua pendataan dan pengadministrasian transaksi dan keuangan
- Membuat laporan transaksi dan keuangan resort
- Mengawasi dan menjaga semua kegiatan transaksi

D. House Keeping :

- Bertugas menyediakan barang-barang kebutuhan tamu di kamar, seperti isi mini bar, barang-barang toilet, dll.
- Bertanggung Jawab atas kebersihan dan kerapihan fasilitas hotel
- Membersihkan dan merapikan kamar yang telah digunakan oleh tamu sesegera mungkin setelah tamu Check Out

E. Food and Beverage (F&B) :

- Bertanggung Jawab atas pengelolaan makanan
- Memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada tamu dengan ramah sehingga tamu merasa puas. Hal ini menyangkut mutu pelayanan, mutu makanan dan minuman, sikap karyawan dll

F. Chief Security :

- Bertanggung jawab atas keamanan resort
- Menghalau gangguan keamanan dari dalam dan diluar resort

4.2 Analisis Data

4.2.1 Uji Validitas Tingkat Kinerja

1. Nilai uji validitas tingkat kinerja Resort Dian Wisata Bogor dapat dilihat dalam tabel ini :

Tabel 7
Uji Validitas Tingkat Kinerja

No	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
Nilai yang diharapkan (r tabel)		>0,361	
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)			
1	Resort dian wisata memiliki bangunan dan fasilitas desain interior kamar yang menarik	.844	Valid
2	Resort dian wisata memiliki tempat parkir yang baik, cukup luas dan aman	.797	Valid
3	Resort dian wisata memiliki peralatan modern, seperti AC, LED TV, dan tersedia Wifi gratis untuk pelanggan	.852	Valid
4	Resort Dian Wisata memiliki karyawan berpenampilan rapi, bersih, menarik dan terlihat professional	.633	Valid
Kehandalan (<i>Reliability</i>)			
5	Setiap karyawan resort memiliki kemampuan melayani dengan cepat dan akurat meliputi tidak menunggu lamanya antrian	.756	Valid
6	Karyawan resort mampu memenuhi kebutuhan pelanggan yang dijanjikan seperti sarapan (<i>breakfast</i>), makan malam disaat tidur (<i>supper</i>) dan menyediakan makanan ringan disaat sore (<i>teatime</i>)	.650	Valid
7	Karyawan resort memberikan pelayanan yang sangat baik	.882	Valid
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)			
8	Setiap karyawan resort memiliki ketanggapan untuk membantu pelanggan apabila dibutuhkan	.706	Valid
9	Setiap karyawan resort berupaya	.464	Valid

	untuk menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara tepat		
10	Karyawan resort bersedia memberikan bantuan dan merespon permintaan pelanggan secara cepat dan tepat	.729	Valid
Jaminan (<i>Assurance</i>)			
11	Setiap karyawan resort memberikan jaminan kenyamanan kamar hotel	.886	Valid
12	Resort Dian Wisata mempunyai karyawan yang terampil dan memiliki kompetensi , professional dalam melayani pelanggan	.882	Valid
13	Setiap karyawan resort mampu bersikap baik dan jujur kepada setiap konsumen	.622	Valid
Empati (<i>Emphaty</i>)			
14	Setiap karyawan mampu memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi	.651	Valid
15	Karyawan resort mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan	.786	Valid
16	Setiap karyawan resort membantu pelanggan dengan tulus dan bersungguh-sungguh saat mengalami masalah	.829	Valid

Sumber: Hasil olah data menggunakan SPSS, n=30

Berdasarkan uji validitas tingkat kinerja yang terdiri dari bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*Emphaty*). Pada $n = 30$ r tabel = 0,361 dengan $\alpha = 0,05$. Maka hasil penelitian validitas instrument pada tabel di atas menunjukkan 16 atribut pertanyaan tingkat kinerja telah mencapai kriteria validitas. Semua koefisien validitas lebih tinggi dari pada nilai kritis korelasi pearson 0,361. Dengan demikian 16 atribut pertanyaan tersebut telah tepat untuk mengukur tingkat harapan.

1. Uji Reliabilitas

Tabel 8
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.958	16

Sumber: Hasil olah data menggunakan SPSS, n=30

Berdasarkan hasil uji coba koefisien reliabilitas Tingkat Kinerja sebesar 0,958. Variabel memiliki tingkat reliabilitas sangat baik jika nilai koefisien yang diperoleh $> 0,6$ atau $0,60$. Koefisien reliabilitas tingkat kinerja sangat baik.

2. Uji Validitas Tingkat Harapan

Nilai Uji validitas Tingkat Kinerja Resort Dian Wisata Bogor dapat dilihat dalam tabel ini:

Tabel 9
Uji Validitas Tingkat Harapan

No	Indikator	Corrected Item- Total Correlation	Keterangan
Nilai yang diharapkan (r tabel)		$>0,361$	
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)			
1	Resort dian wisata memiliki bangunan dan fasilitas desain interior kamar yang menarik	.499	Valid
2	Resort dian wisata memiliki tempat parkir yang baik, cukup luas dan aman	.653	Valid
3	Resort dian wisata memiliki peralatan modern, seperti AC, LED TV, dan tersedia Wifi gratis untuk pelanggan	.498	Valid
4	Resort Dian Wisata memiliki karyawan berpenampilan rapi, bersih, menarik dan terlihat professional	.676	Valid

Kehandalan (<i>Reliability</i>)			
5	Setiap karyawan resort memiliki kemampuan melayani dengan cepat dan akurat meliputi tidak menunggu lamanya antrian	.604	Valid
6	Karyawan resort mampu memenuhi kebutuhan pelanggan yang dijanjikan seperti sarapan (<i>breakfast</i>), makan malam disaat tidur (<i>supper</i>) dan menyediakan makanan ringan disaat sore (<i>teatime</i>)	.554	Valid
7	Karyawan resort memberikan pelayanan yang sangat baik	.649	Valid
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)			
8	Setiap karyawan resort memiliki ketanggapan untuk membantu pelanggan apabila dibutuhkan	.660	Valid
9	Setiap karyawan resort berupaya untuk menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara tepat	.723	Valid
10	Karyawan resort bersedia memberikan bantuan dan merespon permintaan pelanggan secara cepat dan tepat	.841	Valid
Jaminan (<i>Assurance</i>)			
11	Setiap karyawan resort memberikan jaminan kenyamanan kamar hotel	.680	Valid
12	Resort Dian Wisata mempunyai karyawan yang terampil dan memiliki kompetensi , professional	.663	Valid

	dalam melayani pelanggan		
13	Setiap karyawan resort mampu bersikap baik dan jujur kepada setiap konsumen	.685	Valid
Empati (<i>Emphaty</i>)			
14	Setiap karyawan mampu memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi	.685	Valid
15	Karyawan resort mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan	.631	Valid
16	Setiap karyawan resort membantu pelanggan dengan tulus dan bersungguh-sungguh saat mengalami masalah	.703	Valid

Sumber: Hasil olah data menggunakan SPSS, n=30

Berdasarkan uji validitas tingkat kinerja yang terdiri dari bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*Emphaty*). Pada $n = 30$ r tabel = 0,361 dengan $\alpha = 0,05$. Maka hasil penelitian validitas instrument pada tabel di atas menunjukkan 16 atribut pertanyaan tingkat kinerja telah mencapai kriteria validitas. Semua koefisien validitas lebih tinggi dari pada nilai kritis korelasi pearson 0,361. Dengan demikian 16 atribut pertanyaan tersebut telah tepat untuk mengukur tingkat harapan.

1. Uji Reliabilitas

Tabel 10
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.928	16

Sumber: Hasil olah data menggunakan SPSS, n=30

Berdasarkan hasil uji coba koefisien reliabilitas Tingkat Kinerja sebesar 0,928. Variabel memiliki tingkat reliabilitas sangat baik jika nilai koefisien yang diperoleh $> 0,6$ atau 0,60. Koefisien reliabilitas tingkat kinerja sangat baik.

4.2.2 Profil Responden

Untuk menganalisis bagaimana hubungan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Resort Dian Wisata, maka dilakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada 200 responden. Jumlah kuesioner

yang dikembalikan dan terkumpul sebanyak 200 responden. Berikut ini adalah tabel-tabel yang disusun untuk mengetahui gambaran mengenai komposisi responden

1. Berdasarkan jenis kelamin

Adapun data yang diperoleh dari pengunjung Resort Dian Wisata sebagai berikut:

Tabel.11
Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	N	%
Laki-Laki	98	49
Perempuan	102	51
Jumlah	200	100

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel diatas, responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 49% atau sekitar 98 responden dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 51% atau sekitar 102 responden. Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa jumlah pengunjung perempuan lebih tinggi daripada pengunjung laki-laki.

2. Berdasarkan Usia

Adapun data yang diperoleh dari pengunjung Resort Dian Wisata sebagai berikut:

Tabel.12
Kategori Responden Berdasarkan Usia

Usia	N	%
<18 Tahun	35	17.5%
18-25 Tahun	83	41.5%
26-35 Tahun	55	27.5%
36-45 Tahun	22	11.0%
46-55 Tahun	5	2.5%
>55 Tahun	0	17.5%
Jumlah	200	100

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel diatas, presentase tertinggi sebesar 42% atau sekitar 83 responden berusia 18-25 tahun, 28% atau 55 responden berusia 26-35 tahun, 18% atau 35 responden berusia <18 tahun, 11% atau 22 responden berusia 36-45 tahun, 3% atau 5 responden berusia 46-55 tahun dan 0% responden yang berusia >55 tahun.

3. Berdasarkan Pekerjaan

Adapun data yang diperoleh dari pengunjung Resort Dian Wisata sebagai berikut:

Tabel.13

Kategori Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	N	%
Pelajar	36	18.0%
Mahasiswa	43	21.5%
Pegawai	68	34.0%
Wiraswasta	26	13.0%
Ibu Rumah Tangga	14	7.0%
Lain-lain	13	6.5%
Jumlah	200	100

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa jumlah responden berdasarkan pekerjaan di dominasi oleh pegawai yaitu sebesar 34% atau sekitar 68 responden, 22% atau sekitar 43 responden adalah mahasiswa, 18% atau sekitar 36 responden adalah pelajar, 13% atau sekitar 26 responden adalah wiraswasta, 7% atau sekitar 14 responden adalah ibu rumah tangga, 7% atau sekitar 13 responden adalah lain-lain.

4. Berdasarkan Pendapatan

Adapun data yang diperoleh dari pengunjung Resort Dian Wisata sebagai berikut:

Tabel.14

Kategori Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	N	%
<Rp. 1.000.000	39	19.5%
Rp. 1.000.000-3.000.000	76	38.0%
Rp. 3.000.000-5.000.000	77	38.5%
>Rp. 5.000.000	8	4.0%
Jumlah	200	100

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel diatas, terlihat presentase tertinggi berdasarkan pendapatan sebanyak 39% atau sekitar 77 responden memiliki pendapatan berkisar Rp. 3.000.000-5.000.000, 38% atau sekitar 76 responden memiliki pendapatan berkisar Rp. 1.000.000-3.000.000, 20% atau sekitar 39 responden memiliki pendapatan berkisar <Rp. 1.000.000, 4% atau sekitar 8 responden memiliki pendapatan berkisar >Rp. 5.000.000.

4.3 Pembahasan

Pada bagian ini penulis akan membahas hasil yang telah diteliti dengan membandingkan dari kinerja yang didapatkan dengan harapan dari pelanggan. Perbandingan ini dilakukan dengan cara mengkalkulasi kuesioner yang telah disebar kepada 200 responden. Skala yang digunakan terdapat empat tingkat untuk mengukur tingkat kepentingan yang Sangat Setuju, Setuju, Kurang Setuju, Tidak Setuju. Keempat tingkat tersebut diberi penelitan sebagai berikut:

- a. Jawaban Sangat Setuju diberi skor 4
- b. Jawaban Setuju diberi skor 3
- c. Jawaban Kurang Setuju skor 2
- d. Jawaban Tidak Setuju skor 1

4.3.1 Penerapan Kualitas Pelayanan Resort Dian Wisata Bogor

Penerapan kualitas pelayanan di Resort Dian Wisata Bogor akan dinilai dengan seberapa persen tingkat kinerja yang menyatakan sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, berdasarkan 5 indikator dari kualitas pelayanan. Adapun kategori tentang yang menjadi tolak ukur menentukannya adalah sebagai berikut:



Berikut ini hasil penyebaran kuesioner kepada pelanggan Resort Dian Wisata Bogor dengan menggunakan lima variabel dari kualitas pelayanan.

A. Bukti Fisik (*Tangibles*)

- 1) Memiliki fasilitas yang lengkap dan desain interior kamar yang menarik

Tabel.15
Kinerja Penilaian Responden Terhadap Fasilitas Lengkap Yang Baik

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	77	308	39
Setuju	3	98	294	49
Kurang Setuju	2	23	46	12
Tidak Setuju	1	2	2	1
Total		200	650	100
X			3,25	

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan penelitian kepada 200 responden diketahui bahwa responden yang menilai sangat setuju sebesar 39%, yang menilai setuju sebesar 49%, yang menilai kurang setuju sebesar 12%,

responden yang menilai tidak setuju sebesar 1%. Berdasarkan hasil diatas terlihat penilaian responden yang mengatakan setuju & sangat setuju sebesar 75% yaitu sebesar 88%. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja terhadap fasilitas lengkap dan menarik meliputi ruan tunggu, kolam renang, dan interior kamar pada Resort Dian Wisata dapat dikatakan puas.

2) Memiliki fasilitas tempat parkir yang baik cukup luas dan aman

Tabel.16
Kinerja Penilaian Responden Terhadap Fasilitas Tempat Parkir Yang Baik Cukup Luas dan Aman

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	50	200	25
Setuju	3	125	375	63
Kurang Setuju	2	18	36	9
Tidak Setuju	1	7	7	4
Total		200	618	100
X			3,09	

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan penelitian kepada 200 responden diketahui bahwa responden yang menilai sangat setuju sebesar 25%, yang menilai setuju sebesar 63%, yang menilai kurang setuju sebesar 9%, responden yang menilai tidak setuju sebesar 4%. Berdasarkan hasil diatas terlihat penilaian responden yang mengatakan setuju & sangat setuju sebesar 75% sebesar 88%. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja terhadap Memiliki fasilitas tempat parkir yang baik cukup luas dan aman pada Resort Dian Wisata dapat dikatakan puas.

3) Memiliki peralatan modern, seperti AC, LED TV, dan bersedia wifi gratis untuk pelanggan

Tabel.17
Kinerja Penilaian Responden Terhadap Peralatan Modern, Seperti AC, LED TV, dan Bersedia Wifi Gratis Untuk Pelanggan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	46	184	23
Setuju	3	142	426	71
Kurang Setuju	2	12	24	6
Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		200	634	100
X			3,17	

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan penelitian kepada 200 responden diketahui bahwa responden yang menilai sangat setuju sebesar 23%, yang menilai setuju sebesar 71%, yang menilai kurang setuju sebesar 6%, responden yang menilai tidak setuju sebesar 0%. Berdasarkan hasil diatas terlihat penilaian responden yang mengatakan setuju & sangat setuju sebesar 75% sebesar 94%. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja terhadap Memiliki peralatan modern, seperti AC, LED TV, dan bersedia wifi gratis untuk pelanggan pada Resort Dian Wisata dapat dikatakan puas.

4) **Memiliki karyawan berpenampilan rapi, bersih, menarik dan terlihat professional**

Tabel.18

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Berpenampilan Rapi, Bersih, Menarik Dan Terlihat Professional

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	66	264	33
Setuju	3	124	372	62
Kurang Setuju	2	10	20	5
Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		200	656	100
X			3,28	

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan penelitian kepada 200 responden diketahui bahwa responden yang menilai sangat setuju sebesar 33%, yang menilai setuju sebesar 62%, yang menilai kurang setuju sebesar 5%, responden yang menilai tidak setuju sebesar 0%. Berdasarkan hasil diatas terlihat penilaian responden yang mengatakan setuju & sangat setuju sebesar 75% sebesar 95%. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja terhadap Memiliki karyawan berpenampilan rapi, bersih, menarik dan terlihat professional pada Resort Dian Wisata dapat dikatakan puas.

B. Keandalan (*Reliability*)

Kehandalan merupakan kemampuan untuk memberikan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan, pelayanan yang terbaik maupun dari segi waktu dan hasilnya.

- 1) Setiap karyawan memiliki kemampuan melayani dengan cepat dan akurat meliputi tidak menunggu lamanya antrian

Tabel.19

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Kemampuan Karyawan Melayani Dengan Cepat Dan Akurat

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	48	192	24
Setuju	3	128	384	64
Kurang Setuju	2	22	44	11
Tidak Setuju	1	2	2	1
Total		200	622	100
X			3,11	

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan penelitian kepada 200 responden diketahui bahwa responden yang menilai sangat setuju sebesar 24%, yang menilai setuju sebesar 64%, yang menilai kurang setuju sebesar 11%, responden yang menilai tidak setuju sebesar 1%. Berdasarkan hasil diatas terlihat penilaian responden yang mengatakan setuju & sangat setuju sebesar 75% sebesar 88%. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja terhadap kemampuan karyawan melayani dengan cepat dan akurat meliputi tidak menunggu lamanya antrian pada Resort Dian Wisata dapat dikatakan puas.

- 2) Karyawan resort mampu memenuhi kebutuhan pelanggan yang dijanjikan seperti sarapan, makan malam disaat tidur, dan menyediakan makanan ringan disaat sore

Tabel.20

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Kebutuhan Pelanggan Yang Dijanjikan Seperti Sarapan, Makan Malam Disaat Tidur, Dan Menyediakan Makanan Ringan Disaat Sore

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	62	248	31
Setuju	3	127	381	64
Kurang Setuju	2	10	20	5
Tidak Setuju	1	1	1	1
Total		200	650	100
X			3,25	

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan penelitian kepada 200 responden diketahui bahwa responden yang menilai sangat setuju sebesar 31%, yang menilai setuju sebesar 64%, yang menilai kurang setuju sebesar 5%, responden yang menilai tidak setuju sebesar 1%. Berdasarkan hasil diatas terlihat penilaian responden yang mengatakan setuju & sangat setuju sebesar 75% sebesar 94%. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja terhadap kebutuhan pelanggan yang dijanjikan seperti sarapan, makan malam disaat tidur, dan menyediakan makanan ringan disaat sore pada Resort Dian Wisata dapat dikatakan puas.

3) Karyawan Resort memberikan pelayanan yang sangat baik

Tabel.21

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Kemampuan Karyawan Resort untuk memberikan pelayanan yang sangat baik.

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	41	164	21
Setuju	3	145	435	73
Kurang Setuju	2	12	24	6
Tidak Setuju	1	2	2	1
Total		200	625	100
X			3,25	

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan penelitian kepada 200 responden diketahui bahwa responden yang menilai sangat setuju sebesar 21%, yang menilai setuju sebesar 73%, yang menilai kurang setuju sebesar 6%, responden yang menilai tidak setuju sebesar 1%. Berdasarkan hasil diatas terlihat penilaian responden yang mengatakan setuju & sangat setuju sebesar 75% sebesar 94%. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja terhadap Karyawan Resort memberikan pelayanan yang sangat baik pada Resort Dian Wisata dapat dikatakan puas.

C. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya Tanggap (*Responsiveness*) berkenaan dengan kesediaan atau kemampuan penyedia layanan untuk merespon keinginan pelanggan dengan cepat dan membantu mereka disaat mengalami masalah.

- 1) Setiap karyawan resort memiliki ketanggapan untuk membantu pelanggan apabila dibutuhkan.

Tabel.22

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Setiap karyawan resort memiliki ketanggapan untuk membantu pelanggan apabila dibutuhkan.

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	35	140	18
Setuju	3	140	420	70
Kurang Setuju	2	25	50	13
Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		200	610	100
X			3,05	

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan penelitian kepada 200 responden diketahui bahwa responden yang menilai sangat setuju sebesar 18%, yang menilai setuju sebesar 70%, yang menilai kurang setuju sebesar 13%, responden yang menilai tidak setuju sebesar 0%. Berdasarkan hasil diatas terlihat penilaian responden yang mengatakan setuju & sangat setuju sebesar 75% sebesar 88%. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja terhadap ketanggapan untuk membantu pelanggan apabila dibutuhkan pada Resort Dian Wisata dapat dikatakan puas.

- 2) Setiap karyawan resort berupaya untuk menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara tepat.

Tabel.23

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Setiap karyawan resort berupaya untuk menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara tepat.

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	98	392	49
Setuju	3	96	288	48
Kurang Setuju	2	6	12	3
Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		200	692	100
			3,46	

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan penelitian kepada 200 responden diketahui bahwa responden yang menilai sangat setuju sebesar 31%, yang menilai setuju sebesar 64%, yang menilai kurang setuju sebesar 5%, responden yang menilai tidak setuju sebesar 1%. Berdasarkan hasil diatas terlihat penilaian responden yang mengatakan setuju & sangat setuju sebesar 75% sebesar 94%. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja terhadap kebutuhan pelanggan yang dijanjikan seperti sarapan, makan malam disaat tidur, dan menyediakan makanan ringan disaat sore pada Resort Dian Wisata dapat dikatakan puas.

3) Karyawan Resort memberikan pelayanan yang sangat baik

Tabel.21

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Kemampuan Karyawan Resort untuk memberikan pelayanan yang sangat baik.

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	41	164	21
Setuju	3	145	435	73
Kurang Setuju	2	12	24	6
Tidak Setuju	1	2	2	1
Total		200	625	100
X			3,25	

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan penelitian kepada 200 responden diketahui bahwa responden yang menilai sangat setuju sebesar 21%, yang menilai setuju sebesar 73%, yang menilai kurang setuju sebesar 6%, responden yang menilai tidak setuju sebesar 1%. Berdasarkan hasil diatas terlihat penilaian responden yang mengatakan setuju & sangat setuju sebesar 75% sebesar 94%. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja terhadap Karyawan Resort memberikan pelayanan yang sangat baik pada Resort Dian Wisata dapat dikatakan puas.

C. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya Tanggap (*Responsiveness*) berkenaan dengan kesediaan atau kemampuan penyedia layanan untuk merespon keinginan pelanggan dengan cepat dan membantu mereka disaat mengalami masalah.

- 1) Setiap karyawan resort memiliki ketanggapan untuk membantu pelanggan apabila dibutuhkan.

Tabel.22

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Setiap karyawan resort memiliki ketanggapan untuk membantu pelanggan apabila dibutuhkan.

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	35	140	18
Setuju	3	140	420	70
Kurang Setuju	2	25	50	13
Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		200	610	100
X			3,05	

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan penelitian kepada 200 responden diketahui bahwa responden yang menilai sangat setuju sebesar 18%, yang menilai setuju sebesar 70%, yang menilai kurang setuju sebesar 13%, responden yang menilai tidak setuju sebesar 0%. Berdasarkan hasil diatas terlihat penilaian responden yang mengatakan setuju & sangat setuju sebesar 75% sebesar 88%. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja terhadap ketanggapan untuk membantu pelanggan apabila dibutuhkan pada Resort Dian Wisata dapat dikatakan puas.

- 2) Setiap karyawan resort berupaya untuk menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara tepat.

Tabel.23

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Setiap karyawan resort berupaya untuk menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara tepat.

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	98	392	49
Setuju	3	96	288	48
Kurang Setuju	2	6	12	3
Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		200	692	100
			3,46	

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan penelitian kepada 200 responden diketahui bahwa responden yang menilai sangat setuju sebesar 49%, yang menilai setuju sebesar 48%, yang menilai kurang setuju sebesar 3%, responden yang menilai tidak setuju sebesar 0%. Berdasarkan hasil diatas terlihat penilaian responden yang mengatakan setuju & sangat setuju sebesar 75% sebesar 97%. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja terhadap menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara tepat pada Resort Dian Wisata dapat dikatakan puas.

- 3) **Karyawan resort bersedia memberikan bantuan dan merespon permintaan pelanggan secara cepat dan tepat.**

Tabel.24

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Resort Bersedia Memberikan Bantuan Dan Merespon Permintaan Pelanggan Secara Cepat Dan Tepat

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	55	220	28
Setuju	3	139	417	70
Kurang Setuju	2	6	12	3
Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		200	649	100
X			3,245	

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan penelitian kepada 200 responden diketahui bahwa responden yang menilai sangat setuju sebesar 28%, yang menilai setuju sebesar 70%, yang menilai kurang setuju sebesar 3%, responden yang menilai tidak setuju sebesar 0%. Berdasarkan hasil diatas terlihat penilaian responden yang mengatakan setuju & sangat setuju sebesar 75% sebesar 98%. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja terhadap bantuan dan merespon permintaan pelanggan secara cepat dan tepat pada Resort Dian Wisata dapat dikatakan puas.

D. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*Assurance*) berkenaan dengan pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

- 1) Setiap karyawan resort memberikan jaminan kenyamanan kamar.

Tabel.25

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Setiap Karyawan Resort Memberikan Jaminan Kenyamanan Kamar.

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	32	128	16
Setuju	3	163	489	82
Kurang Setuju	2	2	4	1
Tidak Setuju	1	3	3	2
Total		200	624	100
X			3,12	

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan penelitian kepada 200 responden diketahui bahwa responden yang menilai sangat setuju sebesar 16%, yang menilai setuju sebesar 82%, yang menilai kurang setuju sebesar 1%, responden yang menilai tidak setuju sebesar 2%. Berdasarkan hasil diatas terlihat penilaian responden yang mengatakan setuju & sangat setuju sebesar 75% sebesar 98%. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja terhadap jaminan kenyamanan kamar pada Resort Dian Wisata dapat dikatakan puas.

- 2) Resort Dian Wisata mempunyai karyawan yang terampil dan memiliki kompetensi, profesional dalam melayani pelanggan.

Tabel.26

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Yang Terampil Dan Memiliki Kompetensi, Professional Dalam Melayani Pelanggan.

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	28	112	14
Setuju	3	158	474	79
Kurang Setuju	2	14	28	7
Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		200	614	100
			3,07	

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan penelitian kepada 200 responden diketahui bahwa responden yang menilai sangat setuju sebesar 14%, yang menilai setuju sebesar 79%, yang menilai kurang setuju sebesar 7%, responden yang menilai tidak setuju sebesar 0%. Berdasarkan hasil diatas terlihat penilaian responden yang mengatakan setuju & sangat setuju sebesar 75% sebesar 93%. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja terhadap karyawan yang terampil dan memiliki kompetensi, profesional dalam melayani pelanggan pada Resort Dian Wisata dapat dikatakan puas.

- 3) **Setiap Karyawan Resort mampu bersikap baik dan jujur kepada setiap konsumen.**

Tabel.27

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Setiap Karyawan Resort mampu bersikap baik dan jujur kepada setiap konsumen.

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	51	204	26
Setuju	3	149	447	75
Kurang Setuju	2	0	0	0
Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		200	651	100
X			3,255	

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan penelitian kepada 200 responden diketahui bahwa responden yang menilai sangat setuju sebesar 26%, yang menilai setuju sebesar 75%, yang menilai kurang setuju sebesar 0%, responden yang menilai tidak setuju sebesar 0%. Berdasarkan hasil diatas terlihat penilaian responden yang mengatakan setuju & sangat setuju sebesar 75% sebesar 100%. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja terhadap bersikap baik dan jujur kepada setiap konsumen pada Resort Dian Wisata dapat dikatakan puas.

E. Empati (Empathy)

Kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan secara spesifik dan bentuk fisik produk atau jasa yang tepat.

1) Setiap karyawan mampu memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi

Tabel.28

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Setiap karyawan mampu memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	31	124	16
Setuju	3	157	471	79
Kurang Setuju	2	12	24	6
Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		200	619	100
X			3,095	

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan penelitian kepada 200 responden diketahui bahwa responden yang menilai sangat setuju sebesar 16%, yang menilai setuju sebesar 79%, yang menilai kurang setuju sebesar 6%, responden yang menilai tidak setuju sebesar 0%. Berdasarkan hasil diatas terlihat penilaian responden yang mengatakan setuju & sangat setuju sebesar 75% sebesar 95%. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja terhadap mampu memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi pada Resort Dian Wisata dapat dikatakan puas.

2) Karyawan Resort mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan

Tabel.29

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Resort mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	48	192	24
Setuju	3	130	390	65
Kurang Setuju	2	22	44	11
Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		200	626	100
X			3,13	

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan penelitian kepada 200 responden diketahui bahwa responden yang menilai sangat setuju sebesar 24%, yang menilai setuju sebesar 65%, yang menilai kurang setuju sebesar 11%, responden yang menilai tidak setuju sebesar 0%. Berdasarkan hasil diatas terlihat penilaian responden yang mengatakan setuju & sangat setuju sebesar 75% sebesar 89%. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja terhadap mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan pada Resort Dian Wisata dapat dikatakan puas.

- 3) Setiap Karyawan Resort membantu pelanggan dengan tulus dan bersungguh-sungguh saat mengalami masalah.

Tabel.30

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Setiap Karyawan Resort untuk membantu pelanggan dengan tulus dan bersungguh-sungguh saat mengalami masalah.

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	34	136	17
Setuju	3	136	408	68
Kurang Setuju	2	30	60	15
Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		200	604	100
			3,02	

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Berdasarkan penelitian kepada 200 responden diketahui bahwa responden yang menilai sangat setuju sebesar 17%, yang menilai setuju sebesar 68%, yang menilai kurang setuju sebesar 15%, responden yang menilai tidak setuju sebesar 0%. Berdasarkan hasil diatas terlihat penilaian responden yang mengatakan setuju & sangat setuju sebesar 75% sebesar 85%. Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja terhadap membantu pelanggan dengan tulus dan bersungguh-sungguh saat mengalami masalah pada Resort Dian Wisata dapat dikatakan puas.

Tabel.31

Hasil Rata-Rata Tingkat Kinerja Kualitas Pelayanan Resort Dian Wisata

No	Indikator	Rata-rata Kinerja
	Bukti fisik (<i>Tangibles</i>)	
1	Resort dian wisata memiliki bangunan dan fasilitas desain interior kamar yang menarik	3,25
2	Resort dian wisata memiliki tempat parkir yang baik, cukup luas dan aman	3,09
3	Resort dian wisata memiliki peralatan modern, seperti AC, LED	3,17

	TV, dan tersedia Wifi gratis untuk pelanggan	
4	Resort Dian Wisata memiliki karyawan berpenampilan rapi, bersih, menarik dan terlihat profesional	3,28
	Kehandalan (Reliability)	
5	Setiap karyawan resort memiliki kemampuan melayani dengan cepat dan akurat meliputi tidak menunggu lamanya antrian	3,11
6	Karyawan resort mampu memenuhi kebutuhan pelanggan yang dijanjikan seperti sarapan (<i>breakfast</i>), makan malam disaat tidur (<i>supper</i>) dan menyediakan makanan ringan disaat sore (<i>teatime</i>)	3,25
7	Karyawan resort memberikan pelayanan yang sangat baik	3,25
	Daya Tanggap (Responsiveness)	
8	Setiap karyawan resort memiliki ketanggapan untuk membantu pelanggan apabila dibutuhkan	3,05
9	Setiap karyawan resort berupaya untuk menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara tepat	3,46
10	Karyawan resort bersedia memberikan bantuan dan merespon permintaan pelanggan secara cepat dan tepat	3,245
	Jaminan (Asurance)	
11	Setiap karyawan resort memberikan jaminan kenyamanan kamar hotel	3,12
12	Resort Dian Wisata mempunyai karyawan yang terampil dan memiliki kompetensi , profesional dalam melayani pelanggan	3,07
13	Setiap karyawan resort mampu bersikap baik dan jujur kepada setiap konsumen	3,255
	Empati (Emphaty)	
14	Setiap karyawan mampu memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi	3,095
15	Karyawan resort mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan	3,13
16	Setiap karyawan resort membantu pelanggan dengan tulus dan bersungguh-sungguh saat mengalami masalah	3,02
	Total rata-rata	3,631786

Sumber: hasil olahan peneliti, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata dari penilaian responden terhadap tingkat kinerja kualitas pelayanan yang diberikan Resort Dian Wisata secara keseluruhan adalah 3,631786. Dapat disimpulkan penilaian responden terhadap tingkat kinerja pada kualitas pelayanan yang diberikan Resort Dian Wisata sangat puas karena berada pada nilai indeks 3,00-4,00.

Skor rata-rata penilaian harapan pelanggan yang diambil dari responden terhadap fasilitas yang lengkap dan desain interior kamar yang menarik adalah sebesar 3,315.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan pelanggan Resort Dian Wisata Bogor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{\bar{x}}{\bar{y}} \times 100\% = \frac{3,25}{3,315} \times 100\% = 98,038 \%$$

Dari hasil diatas mengenai fasilitas yang lengkap dan desain interior kamar yang menarik adalah sebesar 98,038%. Nilai tersebut menunjukkan pelanggan belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Resort Dian Wisata Bogor karena kurang dari 100%.

2) Memiliki fasilitas tempat parkir yang baik cukup luas dan aman

Tabel.34

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Fasilitas Tempat Parkir Yang Baik Cukup Luas Dan Aman

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	50	200
Setuju	3	125	375
Kurang Setuju	2	18	36
Tidak Setuju	1	7	7
Total		200	618
\bar{x}			3,09

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan yang diambil dari responden terhadap fasilitas tempat parkir yang baik cukup luas dan aman adalah sebesar 3,09.

Tabel.35

Tingkat Harapan Responden Terhadap Fasilitas Tempat Parkir Yang Baik Cukup Luas Dan Aman

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	53	212
Setuju	3	120	360
Kurang Setuju	2	27	54
Tidak Setuju	1	0	0
Total		200	626
\bar{y}			3,13

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

4.3.2 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Resort

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang dan kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara tingkat kinerja dengan harapan. Pada bagian ini penulis akan menggunakan perhitungan dengan rumus tingkat kesesuaian responden dengan membandingkan antara kinerja dengan harapan dari para pelanggan. Apabila tingkat kinerja yang didapatkan melebihi harapan pelanggan, maka dapat dikatakan bahwa pelanggan sudah merasa puas maupun sebaliknya jika tingkat kinerja tidak melebihi harapan, maka dapat dikatakan bahwa pelanggan tidak merasa puas.

Berikut ini tingkat kepuasan konsumen berdasarkan data yang diperoleh mengenai perbandingan antara tingkat kinerja dan harapan dari pelayanan yang diberikan oleh Resort Dian Wisata Bogor.

A. Bukti Fisik (*Tangibles*)

- 1) Memiliki fasilitas yang lengkap dan desain interior kamar yang menarik

Tabel.32
Kinerja Penilaian Responden Terhadap Fasilitas Yang Lengkap Dan Desain Interior Kamar Yang Menarik

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	77	308
Setuju	3	98	294
Kurang Setuju	2	23	46
Tidak Setuju	1	2	2
Total		200	650
\bar{x}			3,25

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan yang diambil dari responden terhadap fasilitas yang lengkap dan desain interior kamar yang menarik adalah sebesar 3,25.

Tabel.33
Tingkat Harapan Responden Terhadap Fasilitas Yang Lengkap Dan Desain Interior Kamar Yang Menarik

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	76	304
Setuju	3	111	333
Kurang Setuju	2	13	26
Tidak Setuju	1	0	0
Total		200	663
\bar{y}			3,315

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian harapan pelanggan yang diambil dari responden terhadap fasilitas fasilitas tempat parkir yang baik cukup luas dan aman adalah sebesar 3,13.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan pelanggan Resort Dian Wisata Bogor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{\bar{x}}{\bar{y}} \times 100\% = \frac{3,09}{3,13} \times 100\% = 98,722 \%$$

Dari hasil diatas mengenai fasilitas tempat parkir yang baik cukup luas dan aman adalah sebesar 98,722%. Nilai tersebut menunjukkan pelanggan belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Resort Dian Wisata Bogor karena kurang dari 100%

- 3) Memiliki peralatan modern, seperti AC, LED TV, dan bersedia wifi gratis untuk pelanggan.

Tabel.36

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Peralatan Modern, Seperti AC, LED TV, Dan Bersedia Wifi Gratis untuk Pelanggan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	46	184
Setuju	3	142	426
Kurang Setuju	2	12	24
Tidak Setuju	1	0	0
Total		200	634
\bar{x}			3,17

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan yang diambil dari responden terhadap peralatan modern, seperti AC, LED TV, dan bersedia wifi gratis untuk pelanggan adalah sebesar 3,17.

Tabel.37

Tingkat Harapan Responden Terhadap Peralatan Modern, Seperti AC, LED TV, Dan Bersedia Wifi Gratis untuk Pelanggan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	59	236
Setuju	3	136	408
Kurang Setuju	2	4	8
Tidak Setuju	1	1	1
Total		200	653
\bar{y}			3,265

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian harapan pelanggan yang diambil dari responden terhadap peralatan modern, seperti AC, LED TV, dan tersedia wifi gratis untuk pelanggan adalah sebesar 3,265.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan pelanggan Resort Dian Wisata Bogor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{\bar{x}}{\bar{y}} \times 100\% = \frac{3,17}{3,265} \times 100\% = 97,090 \%$$

Dari hasil diatas mengenai peralatan modern, seperti AC, LED TV, dan tersedia wifi gratis untuk pelanggan adalah sebesar 97,090%. Nilai tersebut menunjukkan pelanggan belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Resort Dian Wisata Bogor karena kurang dari 100%.

- 4) **Memiliki karyawan berpenampilan rapi, bersih, menarik dan terlihat professional.**

Tabel.38

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Berpenampilan Rapi, Bersih, Menarik Dan Terlihat Professional

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	66	264
Setuju	3	124	372
Kurang Setuju	2	10	20
Tidak Setuju	1	0	0
Total		200	656
\bar{x}			3,28

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan yang diambil dari responden terhadap karyawan berpenampilan rapi, bersih, menarik dan terlihat professional adalah sebesar 3,28.

Tabel.39
Tingkat Harapan Responden Terhadap Karyawan Berpenampilan Rapi, Bersih, Menarik Dan Terlihat Professional

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	64	256
Setuju	3	127	381
Kurang Setuju	2	9	18
Tidak Setuju	1	0	0
Total		200	655
\bar{y}			3,275

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian harapan pelanggan yang diambil dari responden terhadap karyawan berpenampilan rapi, bersih, menarik dan terlihat professional adalah sebesar 3,275.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan pelanggan Resort Dian Wisata Bogor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{\bar{x}}{\bar{y}} \times 100\% = \frac{3,28}{3,275} \times 100\% = 100,15\%$$

Dari hasil diatas mengenai karyawan berpenampilan rapi, bersih, menarik dan terlihat professional adalah sebesar 100,15%. Nilai tersebut menunjukkan pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Resort Dian Wisata Bogor karena lebih dari 100%.

B. Kehandalan (*Reliability*)

- 1) Setiap karyawan memiliki kemampuan melayani dengan cepat dan akurat meliputi tidak menunggu lamanya antrian

Tabel.40
Kinerja Penilaian Responden Terhadap Kemampuan Karyawan Melayani Dengan Cepat Dan Akurat Meliputi Tidak Menunggu Lamanya Antrian

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	48	192
Setuju	3	128	384
Kurang Setuju	2	22	44
Tidak Setuju	1	2	2
Total		200	622
\bar{x}			3,11

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan yang diambil dari responden terhadap kemampuan karyawan melayani dengan cepat dan akurat meliputi tidak menunggu lamanya antrian adalah sebesar 3,11.

Tabel.41
Tingkat Harapan Responden Terhadap Kemampuan Karyawan Melayani Dengan Cepat Dan Akurat Meliputi Tidak Menunggu Lamanya Antrian

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	38	152
Setuju	3	141	423
Kurang Setuju	2	21	42
Tidak Setuju	1	0	0
Total		200	617
\bar{y}			3,085

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian harapan pelanggan yang diambil dari responden terhadap kemampuan karyawan melayani dengan cepat dan akurat meliputi tidak menunggu lamanya antrian adalah sebesar 3,085.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan pelanggan Resort Dian Wisata Bogor dengan nilai sebagai berikut:

$$T\%i = \frac{\bar{x}}{\bar{y}} \times 100\% = \frac{3,11}{3,085} \times 100\% = 100,81\%$$

Dari hasil diatas mengenai kemampuan karyawan melayani dengan cepat dan akurat meliputi tidak menunggu lamanya antrian adalah sebesar 100,81%. Nilai tersebut menunjukkan pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Resort Dian Wisata Bogor karena lebih dari 100%.

- 2) Karyawan resort mampu memenuhi kebutuhan pelanggan yang dijanjikan seperti sarapan, makan malam disaat tidur, dan menyediakan makanan ringan disaat sore

Tabel.42

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Memenuhi Kebutuhan Pelanggan Yang Dijanjikan Seperti Sarapan, Makan Malam Disaat Tidur, Dan Menyediakan Makanan Ringan Disaat Sore

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	62	248
Setuju	3	127	381
Kurang Setuju	2	10	20
Tidak Setuju	1	1	1
Total		200	650
\bar{x}			3,25

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan yang diambil dari responden terhadap memenuhi kebutuhan pelanggan yang dijanjikan seperti sarapan, makan malam disaat tidur, dan menyediakan makanan ringan disaat sore adalah sebesar 3,25.

Tabel.43

Tingkat Harapan Responden Terhadap Memenuhi Kebutuhan Pelanggan Yang Dijanjikan Seperti Sarapan, Makan Malam Disaat Tidur, Dan Menyediakan Makanan Ringan Disaat Sore

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	49	196
Setuju	3	135	405
Kurang Setuju	2	15	30
Tidak Setuju	1	1	1
Total		200	632
\bar{y}			3,16

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian harapan pelanggan yang diambil dari responden terhadap memenuhi kebutuhan pelanggan yang dijanjikan seperti sarapan, makan malam disaat tidur, dan menyediakan makanan ringan disaat sore adalah sebesar 3,16.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan pelanggan Resort Dian Wisata Bogor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{\bar{x}}{\bar{y}} \times 100\% = \frac{3,25}{3,16} \times 100\% = 102,84 \%$$

Dari hasil diatas mengenai memenuhi kebutuhan pelanggan yang dijanjikan seperti sarapan, makan malam disaat tidur, dan menyediakan makanan ringan disaat sore adalah sebesar 102,84%. Nilai tersebut menunjukkan pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Resort Dian Wisata Bogor karena lebih dari 100%.

3) Karyawan Resort memberikan pelayanan yang sangat baik

Tabel.44
Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Resort
Memberikan Pelayanan Yang Sangat Baik

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	41	164
Setuju	3	145	435
Kurang Setuju	2	12	24
Tidak Setuju	1	2	2
Total		200	625
\bar{x}			3,25

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan yang diambil dari responden terhadap karyawan Resort memberikan pelayanan yang sangat baik adalah sebesar 3,25.

Tabel.45
Tingkat Harapan Responden Terhadap Karyawan Resort
Memberikan Pelayanan Yang Sangat Baik

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	36	144
Setuju	3	144	432
Kurang Setuju	2	19	38
Tidak Setuju	1	1	1
Total		200	615
\bar{y}			3,075

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian harapan pelanggan yang diambil dari responden terhadap karyawan Resort memberikan pelayanan yang sangat baik adalah sebesar 3,075.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan pelanggan Resort Dian Wisata Bogor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{\bar{x}}{\bar{y}} \times 100\% = \frac{3,25}{3,075} \times 100\% = 105,69 \%$$

Dari hasil diatas mengenai karyawan Resort memberikan pelayanan yang sangat baik adalah sebesar 105,69%. Nilai tersebut menunjukkan pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Resort Dian Wisata Bogor karena lebih dari 100%.

C. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

- 1) Setiap karyawan resort memiliki ketanggapan untuk membantu pelanggan apabila dibutuhkan

Tabel.46

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Ketanggapan Untuk Membantu Pelanggan Apabila Dibutuhkan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	35	140
Setuju	3	140	420
Kurang Setuju	2	25	50
Tidak Setuju	1	0	0
Total		200	610
\bar{x}			3,05

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan yang diambil dari responden terhadap ketanggapan untuk membantu pelanggan apabila dibutuhkan adalah sebesar 3,05.

Tabel.47

Tingkat Harapan Responden Terhadap Ketanggapan Untuk Membantu Pelanggan Apabila Dibutuhkan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	30	120
Setuju	3	141	423
Kurang Setuju	2	28	56
Tidak Setuju	1	1	1
Total		200	600
\bar{y}			3

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian harapan pelanggan yang diambil dari responden terhadap ketanggapan untuk membantu pelanggan apabila dibutuhkan adalah sebesar 3.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan pelanggan Resort Dian Wisata Bogor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{\bar{x}}{\bar{y}} \times 100\% = \frac{3,05}{3} \times 100\% = 101,66\%$$

Dari hasil diatas mengenai ketanggapan untuk membantu pelanggan apabila dibutuhkan adalah sebesar 101,66%. Nilai tersebut menunjukkan pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Resort Dian Wisata Bogor karena lebih dari 100%.

- 2) Setiap karyawan resort berupaya untuk menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara tepat

Tabel.48

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Berupaya Untuk Menangani Masalah Atau Keluhan Yang Dialami Pelanggan Secara Tepat

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	98	392
Setuju	3	96	288
Kurang Setuju	2	6	12
Tidak Setuju	1	0	0
Total		200	692
\bar{x}			3,46

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan yang diambil dari responden terhadap berupaya untuk menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara tepat adalah sebesar 3,46.

Tabel.49

Tingkat Harapan Responden Terhadap Berupaya Untuk Menangani Masalah Atau Keluhan Yang Dialami Pelanggan Secara Tepat

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	82	328
Setuju	3	112	336
Kurang Setuju	2	5	10
Tidak Setuju	1	1	1
Total		200	675
\bar{y}			3,375

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian harapan pelanggan yang diambil dari responden terhadap berupaya untuk menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara tepat adalah sebesar 3,375.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan pelanggan Resort Dian Wisata Bogor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{\bar{x}}{\bar{y}} \times 100\% = \frac{3,46}{3,375} \times 100\% = 102,51 \%$$

Dari hasil diatas mengenai berupaya untuk menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara tepat adalah sebesar 102,51%. Nilai tersebut menunjukkan pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Resort Dian Wisata Bogor karena lebih dari 100%.

3) **Karyawan resort bersedia memberikan bantuan dan merespon permintaan pelanggan secara cepat dan tepat.**

Tabel.50

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Memberikan Bantuan Dan Merespon Permintaan Pelanggan Secara Cepat Dan Tepat

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	55	220
Setuju	3	139	417
Kurang Setuju	2	6	12
Tidak Setuju	1	0	0
Total		200	649
\bar{x}			3,245

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan yang diambil dari responden terhadap memberikan bantuan dan merespon permintaan pelanggan secara cepat dan tepat adalah sebesar 3,245.

Tabel.51

Tingkat Harapan Responden Terhadap Memberikan Bantuan Dan Merespon Permintaan Pelanggan Secara Cepat Dan Tepat

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	44	176
Setuju	3	151	453
Kurang Setuju	2	5	10
Tidak Setuju	1	0	0
Total		200	639
\bar{y}			3,195

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian harapan pelanggan yang diambil dari responden terhadap memberikan bantuan dan merespon permintaan pelanggan secara cepat dan tepat adalah sebesar 3,195.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan pelanggan Resort Dian Wisata Bogor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{\bar{x}}{\bar{y}} \times 100\% = \frac{3,245}{3,195} \times 100\% = 101,56 \%$$

Dari hasil diatas mengenai memberikan bantuan dan merespon permintaan pelanggan secara cepat dan tepat adalah sebesar 101,56%. Nilai tersebut menunjukkan pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Resort Dian Wisata Bogor karena lebih dari 100%.

D. Jaminan (*Assurance*)

- 1) Setiap karyawan resort memberikan jaminan kenyamanan kamar

Tabel.52

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Memberikan Jaminan Kenyamanan Kamar

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	32	128
Setuju	3	163	489
Kurang Setuju	2	2	4
Tidak Setuju	1	3	3
Total		200	624
\bar{x}			3,12

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan yang diambil dari responden terhadap memberikan jaminan kenyamanan kamar adalah sebesar 3,12.

Tabel.53

Tingkat Harapan Responden Terhadap Memberikan Jaminan Kenyamanan Kamar

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	24	96
Setuju	3	169	507
Kurang Setuju	2	7	14
Tidak Setuju	1	0	0
Total		200	617
\bar{y}			3,085

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian harapan pelanggan yang diambil dari responden terhadap memberikan jaminan kenyamanan kamar adalah sebesar 3,085.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan pelanggan Resort Dian Wisata Bogor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{\bar{x}}{\bar{y}} \times 100\% = \frac{3,12}{3,085} \times 100\% = 101,13 \%$$

Dari hasil diatas mengenai memberikan jaminan kenyamanan kamar adalah sebesar 101,13%. Nilai tersebut menunjukkan pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Resort Dian Wisata Bogor karena lebih dari 100%.

- 2) Resort Dian Wisata mempunyai karyawan yang terampil dan memiliki kompetensi, professional dalam melayani pelanggan

Tabel.54

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Yang Terampil Dan Memiliki Kompetensi, Professional Dalam Melayani Pelanggan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	28	112
Setuju	3	158	474
Kurang Setuju	2	14	28
Tidak Setuju	1	0	0
Total		200	614
\bar{x}			3,07

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan yang diambil dari responden terhadap memberikan karyawan yang terampil dan memiliki kompetensi, professional dalam melayani pelanggan adalah sebesar 3,07.

Tabel.55

Tingkat Harapan Responden Terhadap Karyawan Yang Terampil Dan Memiliki Kompetensi, Professional Dalam Melayani Pelanggan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	25	100
Setuju	3	163	489
Kurang Setuju	2	11	22
Tidak Setuju	1	1	1
Total		200	612
\bar{y}			3,06

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian harapan pelanggan yang diambil dari responden terhadap karyawan yang terampil dan memiliki kompetensi, professional dalam melayani pelanggan adalah sebesar 3,06.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan pelanggan Resort Dian Wisata Bogor dengan nilai sebagai berikut:

$$T/ki = \frac{\bar{x}}{\bar{y}} \times 100\% = \frac{3,07}{3,06} \times 100\% = 100,32 \%$$

Dari hasil diatas mengenai karyawan yang terampil dan memiliki kompetensi, professional dalam melayani pelanggan adalah sebesar 100,32%. Nilai tersebut menunjukkan pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Resort Dian Wisata Bogor karena lebih dari 100%.

- 3) Setiap Karyawan Resort mampu bersikap baik dan jujur kepada setiap pelanggan.

Tabel.56

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Yang Mampu Bersikap Baik Dan Jujur Kepada Setiap Pelanggan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	51	204
Setuju	3	149	447
Kurang Setuju	2	0	0
Tidak Setuju	1	0	0
Total		200	651
\bar{x}			3,255

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan yang diambil dari responden terhadap karyawan yang mampu bersikap baik dan jujur kepada setiap pelanggan adalah sebesar 3,255.

Tabel.57

Tingkat Harapan Responden Terhadap Karyawan Yang Mampu Bersikap Baik Dan Jujur Kepada Setiap Pelanggan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	37	148
Setuju	3	162	486
Kurang Setuju	2	1	2
Tidak Setuju	1	0	0
Total		200	636
\bar{y}			3,18

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian harapan pelanggan yang diambil dari responden terhadap karyawan yang mampu bersikap baik dan jujur kepada setiap pelanggan adalah sebesar 3,18.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan pelanggan Resort Dian Wisata Bogor dengan nilai sebagai berikut:

$$TKi = \frac{\bar{x}}{\bar{y}} \times 100\% = \frac{3,255}{3,18} \times 100\% = 102,35 \%$$

Dari hasil diatas mengenai karyawan yang mampu bersikap baik dan jujur kepada setiap pelanggan adalah sebesar 102,35%. Nilai tersebut menunjukkan pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Resort Dian Wisata Bogor karena lebih dari 100%.

E. Empati (Emphaty)

- 1) Setiap karyawan mampu memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi

Tabel.58

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Yang Mampu Memudahkan Pelanggan Untuk Mendapatkan Informasi

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	31	124
Setuju	3	157	471
Kurang Setuju	2	12	24
Tidak Setuju	1	0	0
Total		200	619
\bar{x}			3,095

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan yang diambil dari responden terhadap karyawan yang mampu memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi adalah sebesar 3,095.

Tabel.59

Tingkat Harapan Responden Terhadap Karyawan Yang Mampu Memudahkan Pelanggan Untuk Mendapatkan Informasi

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	31	124
Setuju	3	163	489
Kurang Setuju	2	6	12
Tidak Setuju	1	0	0
Total		200	625
\bar{y}			3,125

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian harapan pelanggan yang diambil dari responden terhadap karyawan yang mampu memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi adalah sebesar 3,125.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan pelanggan Resort Dian Wisata Bogor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{\bar{x}}{\bar{y}} \times 100\% = \frac{3,095}{3,125} \times 100\% = 99,04 \%$$

Dari hasil diatas mengenai karyawan yang mampu memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi adalah sebesar 99,04%. Nilai tersebut menunjukkan pelanggan belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Resort Dian Wisata Bogor karena kurang dari 100%.

- 2) Karyawan Resort mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan

Tabel.60

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Yang Mampu Menjalin Hubungan Yang Baik Dengan Pelanggan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	48	192
Setuju	3	130	390
Kurang Setuju	2	22	44
Tidak Setuju	1	0	0
Total		200	626
\bar{x}			3,13

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan yang diambil dari responden terhadap karyawan yang mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan adalah sebesar 3,13.

Tabel.61

Tingkat Harapan Responden Terhadap Karyawan Yang Mampu Menjalin Hubungan Yang Baik Dengan Pelanggan

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	32	128
Setuju	3	133	399
Kurang Setuju	2	35	70
Tidak Setuju	1	0	0
Total		200	597
\bar{y}			2,985

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian harapan pelanggan yang diambil dari responden terhadap karyawan yang mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan adalah sebesar 2,985.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan pelanggan Resort Dian Wisata Bogor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{\bar{x}}{\bar{y}} \times 100\% = \frac{3,13}{2,985} \times 100\% = 104,85 \%$$

Dari hasil diatas mengenai karyawan yang mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan adalah sebesar 104,85%. Nilai tersebut menunjukkan pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Resort Dian Wisata Bogor karena lebih dari 100%.

3) **Setiap Karyawan Resort membantu pelanggan dengan tulus dan bersungguh-sungguh saat mengalami masalah**

Tabel.62

Kinerja Penilaian Responden Terhadap Membantu Pelanggan Dengan Tulus Dan Bersungguh-Sungguh Saat Mengalami Masalah

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	34	136
Setuju	3	136	408
Kurang Setuju	2	30	60
Tidak Setuju	1	0	0
Total		200	604
\bar{x}			3,02

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan yang diambil dari responden terhadap membantu pelanggan dengan tulus dan bersungguh-sungguh saat mengalami masalah adalah sebesar 3,02.

Tabel.63

Tingkat Harapan Responden Terhadap Membantu Pelanggan Dengan Tulus Dan Bersungguh-Sungguh Saat Mengalami Masalah

Penilaian Responden	Bobot	Jumlah Responden	Skor
Sangat Setuju	4	23	92
Setuju	3	152	456
Kurang Setuju	2	25	50
Tidak Setuju	1	0	0
Total		200	598
\bar{y}			2,99

Sumber : Data yang telah diolah tahun 2017

Skor rata-rata penilaian harapan pelanggan yang diambil dari responden terhadap membantu pelanggan dengan tulus dan bersungguh-sungguh saat mengalami masalah adalah sebesar 2,99.

Dari data diatas diperoleh perbandingan antara kinerja dan harapan pelanggan Resort Dian Wisata Bogor dengan nilai sebagai berikut:

$$Tki = \frac{\bar{X}}{\bar{Y}} \times 100\% = \frac{3,02}{2,99} \times 100\% = 101,00 \%$$

Dari hasil diatas mengenai membantu pelanggan dengan tulus dan bersungguh-sungguh saat mengalami masalah adalah sebesar 101,00%. Nilai tersebut menunjukkan pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Resort Dian Wisata Bogor karena lebih dari 100%.

Tabel.64
Tingkat Kesesuaian Responden (Tki) Terhadap Kepuasan Pelanggan

No	Variabel	Rata-rata Kinerja (X)	Rata-rata Harapan (Y)	(Tki) (%)	Kepuasan
Bukti fisik (<i>Tangibles</i>)					
1	Resort dian wisata memiliki bangunan dan fasilitas desain interior kamar yang menarik	3,25	3,315	98,038	Belum Puas
2	Resort dian wisata memiliki tempat parkir yang baik, cukup luas dan aman	3,09	3,13	98,722	Belum Puas
3	Resort dian wisata memiliki peralatan modern, seperti AC, LED TV, dan tersedia Wifi gratis untuk pelanggan	3,17	3,265	97,090	Belum Puas
4	Resort Dian Wisata memiliki karyawan berpenampilan rapi, bersih, menarik dan terlihat profesional	3,20	3,275	100,15	Puas
Kehandalan (<i>Reliability</i>)					
5	Setiap karyawan resort memiliki kemampuan melayani dengan cepat dan akurat meliputi tidak menunggu lamanya antrian	3,11	3,085	100,81	Puas
6	Karyawan resort mampu memenuhi kebutuhan pelanggan yang dijanjikan seperti sarapan (<i>breakfast</i>), makan malam disaat tidur (<i>supper</i>) dan menyediakan makanan ringan disaat sore	3,25	3,16	102,84	Puas

	<i>(teatime)</i>				
7	Karyawan resort memberikan pelayanan yang sangat baik	3,25	3,075	105,69	Puas
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)				
8	Setiap karyawan resort memiliki ketanggapan untuk membantu pelanggan apabila dibutuhkan	3,05	3	101,66	Puas
9	Setiap karyawan resort berupaya untuk menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara tepat	3,46	3,375	102,51	Puas
10	Karyawan resort bersedia memberikan bantuan dan merespon permintaan pelanggan secara cepat dan tepat	3,245	3,195	101,56	Puas
	Jaminan (<i>Asurance</i>)				
11	Setiap karyawan resort memberikan jaminan kenyamanan kamar hotel	3,12	3,085	101,13	Puas
12	Resort Dian Wisata mempunyai karyawan yang terampil dan memiliki kompetensi , professional dalam melayani pelanggan	3,07	3,06	100,32	Puas
13	Setiap karyawan resort mampu bersikap baik dan jujur kepada setiap konsumen	3,255	3,18	102,35	Puas
	Empati (<i>Emphaty</i>)				
14	Setiap karyawan mampu memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi	3,095	3,125	99,04	Belum Puas
15	Karyawan resort mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan	3,13	2,985	104,85	Puas
16	Setiap karyawan resort membantu pelanggan dengan tulus dan bersungguh-sungguh saat mengalami masalah	3,02	2,99	101,00	Puas
	Total rata-rata	3,631786	3,592857	101,08 35	Puas

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan nilai pada tabel diatas diketahui bahwa responden Resort Dian Wisata secara keseluruhan sudah merasa puas terhadap kinerja yang didapatkan. Hal tersebut dapat dilihat dari total tingkat kesesuaiannya berada diatas 100%. Dari 16 ukuran indikator, rata-rata pelanggan sudah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan pihak Resort Dian Wisata. Hal tersebut dapat dilihat dari 16 ukuran indikator pelayanan sebanyak 12 dinyatakan puas dan 4 ukuran indikator dinyatakan belum puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

4.3.3 Analisis Kualitas Pelayanan Untuk Menganalisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Importance Performance Analysis (IPA)

Diagram kartesius merupakan suatu bentuk diagram yang terbagi menjadi empat bagian atau empat kuadran yang dibatasi oleh dua garis yang saling berpotongan tegak lurus pada titik (X,Y), dimana sumbu X (sumbu mendatar) akan mengisi skor untuk tingkat kinerja, sedangkan sumbu Y (sumbu tegak) akan mengisi skor untuk tingkat kepentingan. Diagram kartesius diperlukan untuk melihat kedudukan dari 18 atribut kualitas pelayanan yang diperoleh berdasarkan skor tingkat kepentingan dan skor tingkat kinerja dari banyaknya konsumen Sahira Butik Hotel yang diambil untuk dilakukan penelitian dalam menghitung hasil keseluruhan dari setiap analisis yang akan digunakan. Namun sebelumnya perlu dilakukan perhitungan terlebih dahulu untuk nilai rata-rata dari skor tingkat kepentingan dan juga dari skor tingkat kinerja yang akan diplotkan pada diagram kartesius. Hasil perhitungan nilai rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja untuk atribut kualitas pelayanan konsumen dapat dilihat pada Tabel 65.

Tabel.65

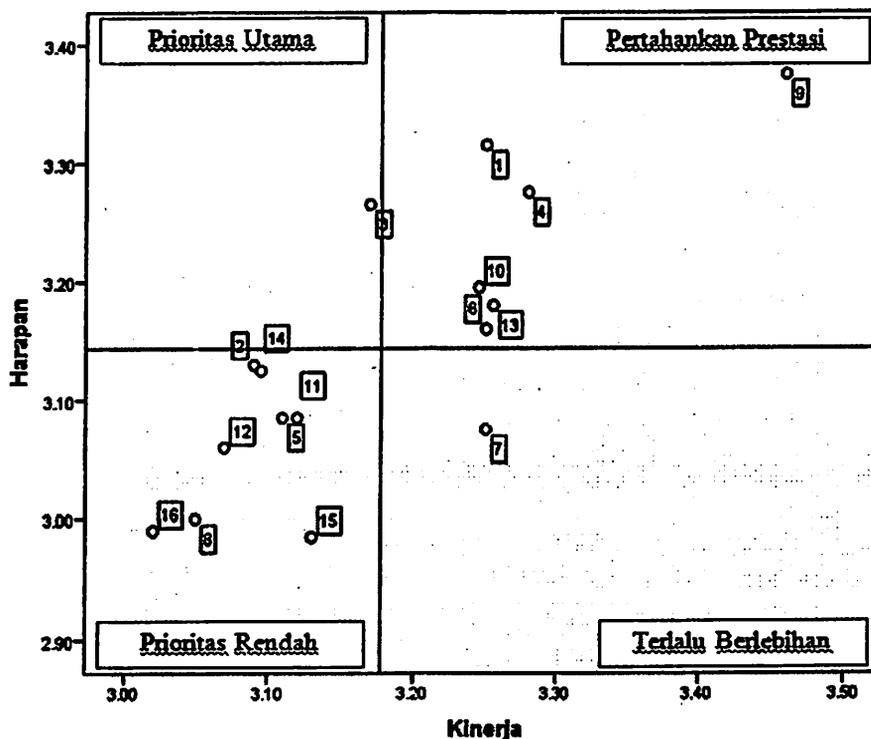
Nilai Rata-Rata Penilaian Tingkat Kinerja Dan Tingkat Harapan Pada Atribut Pada Kualitas Pelayanan

No	Variabel	Rata-rata Kinerja (X)	Rata-rata Harapan (Y)
	Bukti fisik (<i>Tangibles</i>)		
1	Resort dian wisata memiliki bangunan dan fasilitas desain interior kamar yang menarik	3,25	3,315
2	Resort dian wisata memiliki tempat parkir yang baik, cukup luas dan aman	3,09	3,13
3	Resort dian wisata memiliki peralatan modern, seperti AC, LED TV, dan tersedia Wifi gratis untuk pelanggan	3,17	3,265
4	Resort Dian Wisata memiliki	3,28	3,275

	karyawan berpenampilan rapi, bersih, menarik dan terlihat professional		
	Kehandalan (<i>Reliability</i>)		
5	Setiap karyawan resort memiliki kemampuan melayani dengan cepat dan akurat meliputi tidak menunggu lamanya antrian	3,11	3,085
6	Karyawan resort mampu memenuhi kebutuhan pelanggan yang dijanjikan seperti sarapan (<i>breakfast</i>), makan malam disaat tidur (<i>supper</i>) dan menyediakan makanan ringan disaat sore (<i>teatime</i>)	3,25	3,16
7	Karyawan resort memberikan pelayanan yang sangat baik	3,25	3,075
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)		
8	Setiap karyawan resort memiliki ketanggapan untuk membantu pelanggan apabila dibutuhkan	3,05	3
9	Setiap karyawan resort berupaya untuk menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara tepat	3,46	3,375
10	Karyawan resort bersedia memberikan bantuan dan merespon permintaan pelanggan secara cepat dan tepat	3,245	3,195
	Jaminan (<i>Asurance</i>)		
11	Setiap karyawan resort memberikan jaminan kenyamanan kamar hotel	3,12	3,085
12	Resort Dian Wisata mempunyai karyawan yang terampil dan memiliki kompetensi , professional dalam melayani pelanggan	3,07	3,06
13	Setiap karyawan resort mampu bersikap baik dan jujur kepada setiap konsumen	3,255	3,18
	Empati (<i>Emphaty</i>)		
14	Setiap karyawan mampu memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi	3,095	3,125

15	Karyawan resort mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan	3,13	2,985
16	Setiap karyawan resort membantu pelanggan dengan tulus dan bersungguh-sungguh saat mengalami masalah	3,02	2,99
Total rata-rata		3,631786	3,592857

Sumber: Data diolah, 2017



Gambar 5

Importance Performance Analysis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Keterangan Gambar :

1. Prioritas Utama (Concentrate Here)

Pada Kuadran ini menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap penting dan atau diharapkan konsumen, akan tetapi kinerja perusahaan dinilai belum terlaksana dengan baik oleh Resort Dian Wisata. Adapun indikator yang termasuk dalam kuadran ini.

(3) Resort Dian Wisata memiliki peralatan modern, seperti AC, LED TV, dan tersedia Wifi Gratis untuk pelanggan.

2. Pertahankan Prestasi (*Keep Up With The Good Work*)

Pada kuadran ini menunjukkan terdapat faktor atau atribut yang dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang bagi kepuasan pelanggan yang sudah terlaksana dengan baik oleh Resort Dian Wisata Bogor dan harus dipertahankan. Indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- (1) Resort Dian Wisata memiliki bangunan dan fasilitas kamar yang menarik
- (4) Resort Dian Wisata memiliki karyawan berpenampilan rapih, bersih, menarik dan terlihat professional
- (6) Karyawan Resort mampu memenuhi kebutuhan pelanggan yang disajikan seperti sarapan, makan malam dan menyediakan makanan ringan disaat sore.
- (9) Setiap karyawan resort berupaya untuk menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara tepat.
- (10) Karyawan resort bersedia memberikan bantuan dan merespon permintaan pelanggan secara cepat dan tepat
- (13) Setiap karyawan resort mampu bersikap baik dan jujur kepada setiap konsumen

3. Prioritas Rendah (*Low Priority*)

Pada kuadran ini menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang dianggap mempunyai tingkat harapan dan kinerja yang rendah dan tidak terlalu penting atau tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan Resort Dian Wisata Bogor, Sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberi perhatian lebih pada faktor tersebut. Adapun faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- (2) Resort dian wisata memiliki tempat parkir yang baik, cukup luas dan aman
- (5) Setiap karyawan resort memiliki kemampuan melayani dengan cepat dan akurat meliputi tidak menunggu lamanya antrian
- (8) Setiap karyawan resort memiliki ketanggapan untuk membantu pelanggan apabila dibutuhkan
- (11) Setiap karyawan resort memberikan jaminan kenyamanan kamar hotel
- (12) Resort Dian Wisata mempunyai karyawan yang terampil dan memiliki kompetensi , professional dalam melayani pelanggan
- (14) Setiap karyawan mampu memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi
- (15) Karyawan resort mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan
- (16) Setiap karyawan resort membantu pelanggan dengan tulus dan bersungguh-sungguh saat mengalami masalah

4. Terlalu berlebih (Possibly Overkill)

Pada kuadran ini menunjukkan faktor atau atribut dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan namun dilaksanakan berlebih oleh Resort Dian Wisata Bogor. Sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada faktor- faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan. Adapun indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah.

(7) Karyawan resort memberikan pelayanan yang sangat baik

4.4 Interpretasi Hasil Penelitian

Dari hasil diatas didapatkan rekomendasi untuk Resort Dian Wisata Bogor adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan perlu berkonsentrasi untuk, mengalokasikan sumberdayanya guna meningkatkan performa atau memperbaiki faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan oleh konsumen yaitu peralatan modern, seperti AC, LED TV, dan tersedia Wifi Gratis untuk pelanggan.
2. Mempertahankan faktor-faktor yang sudah dilaksanakan dengan baik yaitu kesediaan merespon dan tanggap dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cepat dan tepat, sikap sopan, ramah dan kepedulian karyawan terhadap pelanggan, memiliki karyawan berpenampilan rapih, bersih menarik, dan memiliki bangunan, kamar yang menarik.
3. Mengurangi faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan seperti tempat parkir, kemampuan melayani dengan cepat akurat meliputi tidak menunggu lamanya antrian, ketanggapan untuk membantu pelanggan apabila dibutuhkan, memberikan jaminan kenyamanan kamar hotel, karyawan mampu berkomunikasi dengan baik, membantu dengan tulus dan sungguh-sungguh saat mengalami masalah, karyawan terampil dan memiliki kompetensi , professional dalam melayani pelanggan. Hal ini dilakukan sehingga prioritas penanganan lebih tinggi mengalami peningkatan.
4. Meninggalkan faktor yang dianggap berlebih oleh pelanggan dan sebaiknya perusahaan lebih mengalokasikan sumberdaya dan faktor yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan pada akhirnya peneliti merekomendasikan beberapa hal yang harus dicermati pihak yang terkait dengan penelitian ini antara lain :

1. Dalam penerapan kualitas pelayanan Resort Dian Wisata Bogor kepada pelanggannya, dapat diketahui melalui indikator kualitas pelayanan yang meliputi: bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*). Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner terhadap 200 responden, rata-rata hasil penilaian responden dari Resort Dian Wisata Bogor mencapai 3,631786. Mengatakan kualitas pelayanan yang diberikan sudah sangat baik, hal ini dapat dilihat dari jawaban responden terhadap kinerja Resort Dian Wisata karena berada pada nilai indeks 3,00-4,00.
2. Secara keseluruhan rata-rata tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan pada tingkat kepuasan pelanggan berada diatas 100% hasilnya adalah 101,0835%, artinya sudah sesuai dengan yang diharapkan pelanggan atau dapat dikatakan bahwa kinerja pelayanan pada Resort Dian Wisata Bogor sudah memberi kepuasan kepada pelanggannya. Hal tersebut dapat dilihat dari 16 indikator pelayanan,, sebanyak 12 indikator merasa puas dan 4 indikator dinyatakan belum puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, diantaranya pada indikator Bukti Fisik: Resort Dian wisata memiliki peralatan modern, seperti AC, LED TV, dan tersedia wifi gratis untuk pelanggan mencapai 97,090%, Resort Dian Wisata memiliki bangunan dan fasilitas yang menarik mencapai 98,038%, Resort Dian Wisata memiliki tempat parkir yang baik, cukup luas dan aman mencapai 98,722%. Dan pada indikator empati: setiap karyawan mampu memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi mencapai 99,04%. Dari 4 indikator tersebut dikatan belum puas karena kurang dari 100%.
3. Berdasarkan hasil analisis menggunakan *Importance Perfomance Analysis* Resort Dian Wisata Bogor diperoleh hasil sebagai berikut:
Pada kuadran Prioritas utama (3) Resort Dian Wisata memiliki peralatan modern, seperti AC, LED TV, dan tersedia Wifi Gratis untuk pelanggan mencapai 97,090%. Atribut pada kuadran ini memiliki nilai kepentingan yang tinggi bagi konsumen, namun kinerjanya masih kurang memuaskan, sehingga Resort Dian Wisata Bogor harus meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat memenuhi kepuasan konsumen. Pada kuadran Pertahankan prestasi, menunjukkan atribut yang dianggap penting dan diharapkan pelanggan yang sudah dilaksanakan dengan baik dan memenuhi

kepuasan pelanggan sehingga perlu dipertahankan. Adapun atribut yang termasuk pada kuadran ini adalah (1) Resort Dian Wisata memiliki bangunan dan fasilitas kamar yang menarik mencapai 98,038%, (4) Resort Dian Wisata memiliki karyawan berpenampilan rapih, bersih, menarik dan terlihat profesional, (6) Karyawan Resort mampu memenuhi kebutuhan pelanggan yang disajikan seperti sarapan, makan malam dan menyediakan makanan ringan disaat sore, (9) Setiap karyawan resort berupaya untuk menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara tepat, (10) Karyawan resort bersedia memberikan bantuan dan merespon permintaan pelanggan secara cepat dan tepat, (13) Setiap karyawan resort mampu bersikap baik dan jujur kepada setiap konsumen. Pada kuadran prioritas rendah, menunjukkan atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan kinerjanya kurang begitu diperhatikan karena atribut pada kuadran ini kurang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Adapun atribut yang termasuk pada kuadran ini adalah (2) Resort dian wisata memiliki tempat parkir yang baik, cukup luas dan aman mencapai 98,722%, (5) Setiap karyawan resort memiliki kemampuan melayani dengan cepat dan akurat meliputi tidak menunggu lamanya antrian, (8) Setiap karyawan resort memiliki ketanggapan untuk membantu pelanggan apabila dibutuhkan, (11) Setiap karyawan resort memberikan jaminan kenyamanan kamar hotel, (12) Resort Dian Wisata mempunyai karyawan yang terampil dan memiliki kompetensi , professional dalam melayani pelanggan, (14) Setiap karyawan mampu memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi 99,04%, (15) Karyawan resort mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Pada kuadran terlalu berlebih menunjukkan atribut yang dirasa kurang penting oleh pelanggan, tetapi kinerjanya dilakukan dengan baik sehingga pelanggan menilai kinerja dirasakan berlebihan. Adapun atribut yang termasuk pada kuadran ini adalah (7) Karyawan resort memberikan pelayanan yang sangat baik.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka diajukan beberapa saran yang memberikan manfaat.

1. Menunjukkan kinerja pelayanan yang prima akan membuat pelanggan nyaman dalam menggunakan layanan jasa. Disaat pelanggan merasa puas, maka dengan sendirinya pelanggan akan mulai merekomendasikan suatu produk kepada orang lainnya.
2. Untuk menjaga tingkat kepuasan pelanggan Resort Dian Wisata perlu memperhatikan tingkat kualitas pelayanan yang diberikan pada pelanggannya. Memberiikan kualitas pelayanan yang prima, tidak hanya dengan memberikan perhatian terhadap pemenuhan kebutuhan pelanggan namun juga penyedia layanan jasa perlu memperhatikan bukti fisik

sebagai komitmen dalam mencapai tujuan perusahaan serta agar sesuai dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

3. Selain kualitas pelayanan, Resort Dian Wisata harus mampu menampung dan memberikan evaluasi terhadap semua jenis keluhan pelanggan yang disampaikan para pelanggannya untuk memberikan kepuasan pelanggan yang optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Cristopher Lovelock & Laurent K. Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT. Indeks, Indonesia.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran: Edisi Millenium Jilid 1*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Keller K Lane. 2006. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Ghalia
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran* : Jakarta. Penerbit Airlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1, jilid 2 Edisi Kesebelas. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip & Kevin L. Keller. 2009. Aloh Bahasa: Bob Sabran. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT.Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi.Kedua, Jakarta:Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta. Salemba Empat
- Sunyoto, Danang. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: ANDI Offset
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI

- Tjiptono & Chandra. 2005. *Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS)*. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Service Quality And Satisfaction*. Edisi 2. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono, F. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Zetham1, Valiare A., dan Bitner. 1996. *Service Marketing*, 6th Edition.

LAMPIRAN

KUESIONER

Judul Penelitian : “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Resort Dian Wisata”

Terimakasih atas partisipasi anda menjadi salah satu responden yang secara sukarela mengisi kuesioner ini. Perkenalkan nama saya Heri Setiawan, Npm : 021112210, mahasiswa Universitas Pakuan Bogor, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen Pemasaran yang saat ini sedang mengadakan penelitian tentang “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Resort Dian Wisata” . Saya sangat menghargai kejujuran anda dalam mengisi kuesioner ini. Saya menjamin kerahasiaan anda terkait dengan kuesioner ini. Hasil survey ini semata-mata digunakan untuk tujuan penelitian dan bukan sama sekali untuk tujuan komersial.

Nama Lengkap :

Alamat :

A. Karakteristik Responden (Data Umum Responden)

Petunjuk pengisian : Berilah tanda silang (X) pada pilihan dan jawaban dibawah ini sesuai dengan pertanyaan dan keadaan anda.

1. Jenis Kelamin

() Laki-Laki

() Perempuan

2. Usia

() \leq 18 tahun

() 36 s/d 45 tahun

() 18 s/d 25 tahun

() 46 s/d 55 tahun

() 26 s/d 35 tahun

() \geq 55

3. Status Pekerjaan

() Pelajar

() Wiraswasta

() Mahasiswa

() Ibu rumah tangga

() Pegawai

() Lain-lain

4. Pendapatan/penghasilan per bulan

() \leq Rp.1.000.000

() Rp.3.000.000-5.000.000

() Rp.1.000.000-3.000.000

() \geq Rp.5.000.000

B. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Petunjuk Pengisian: Isilah pertanyaan di bawah ini dengan cara memberikan tanda centang (✓) pada kolom yang telah tersedia sesuai keadaan yang Anda alami.

Untuk mengisi kriteria kinerja keterangan pengisian:

- SP : Sangat Puas
- P : Puas
- TP : Tidak Puas
- STP : Sangat Tidak Puas

Untuk mengisi kriteria harapan keterangan pengisian:

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangat Tidak Setuju

X	Pertanyaan Kualitas Pelayanan	Kinerja				
		SP	P	TP	STP	TOTAL
A	Bukti Fisik (<i>tangible</i>)					
1	Resort dian wisata memiliki bangunan dan fasilitas desain interior kamar yang menarik					
2	Resort dian wisata memiliki tempat parkir yang baik, cukup luas dan aman					
3	Resort dian wisata memiliki peralatan modern, seperti AC, LED TV, dan tersedia Wifi gratis untuk pelanggan					
4	Resort Dian Wisata memiliki karyawan berpenampilan rapi, bersih, menarik dan terlihat professional					
	Pertanyaan Kualitas Pelayanan					
B	Kehandalan (<i>reliability</i>)					
5	Setiap karyawan resort memiliki kemampuan melayani dengan cepat dan akurat meliputi tidak menunggu lamanya antrian					
6	Karyawan resort mampu memenuhi kebutuhan pelanggan yang dijanjikan seperti sarapan (<i>breakfast</i>), makan malam disaat tidur (<i>supper</i>) dan menyediakan makanan ringan disaat sore (<i>teatime</i>)					
7	Karyawan resort memberikan pelayanan yang sangat baik					
	Pertanyaan Kualitas Pelayanan					
C	Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>)					

8	Setiap karyawan resort memiliki ketanggapan untuk membantu pelanggan apabila dibutuhkan					
9	Setiap karyawan resort berupaya untuk menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara tepat					
10	Karyawan resort bersedia memberikan bantuan dan merespon permintaan pelanggan secara cepat dan tepat					
	Pertanyaan Kualitas Pelayanan					
D	Jaminan (<i>assurance</i>)					
i1	Setiap karyawan resort memberikan jaminan kenyamanan kamar hotel					
12	Resort Dian Wisata mempunyai karyawan yang terampil dan memiliki kompetensi , professional dalam melayani pelanggan					
13	Setiap karyawan resort mampu bersikap baik dan jujur kepada setiap konsumen					
	Pertanyaan Kualitas Pelayanan					
E	Empati (<i>emphaty</i>)					
14	Setiap karyawan mampu memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi					
15	Karyawan resort mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan					
16	Setiap karyawan resort membantu pelanggan dengan tulus dan bersungguh-sungguh saat mengalami masalah					

Y	Pertanyaan Kepuasan Pelanggan	Harapan				
A	Bukti Fisik (<i>tangible</i>)	SS	S	TS	STS	TOTAL
1	Resort dian wisata memiliki bangunan dan fasilitas desain interior kamar yang menarik					
2	Resort dian wisata memiliki tempat parkir yang baik, cukup luas dan aman					
3	Resort dian wisata memiliki peralatan modern, seperti AC, LED TV, dan tersedia Wifi gratis untuk pelanggan					
4	Resort Dian Wisata memiliki karyawan berpenampilan rapi, bersih, menarik dan terlihat professional					
	Pertanyaan Kepuasan Pelanggan					
B	Kehandalan (<i>reliability</i>)					
5	Setiap karyawan resort memiliki kemampuan melayani dengan cepat dan akurat meliputi tidak menunggu					

	lamanya antrian					
6	Karyawan resort mampu memenuhi kebutuhan pelanggan yang dijanjikan seperti sarapan (<i>breakfast</i>), makan malam disaat tidur (<i>supper</i>) dan menyediakan makanan ringan disaat sore (<i>teatime</i>)					
7	Karyawan resort memberikan pelayanan yang sangat baik					
	Pertanyaan Kepuasan Pelanggan					
C	Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>)					
8	Setiap karyawan resort memiliki ketanggapan untuk membantu pelanggan apabila dibutuhkan					
9	Setiap karyawan resort berupaya untuk menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara tepat					
10	Karyawan resort bersedia memberikan bantuan dan merespon permintaan pelanggan secara cepat dan tepat					
	Pertanyaan Kepuasan Pelanggan					
D	Jaminan (<i>assurance</i>)					
11	Setiap karyawan resort memberikan jaminan kenyamanan kamar hotel					
12	Resort Dian Wisata mempunyai karyawan yang terampil dan memiliki kompetensi , professional dalam melayani pelanggan					
13	Setiap karyawan resort mampu bersikap baik dan jujur kepada setiap konsumen					
	Pertanyaan Kepuasan Pelanggan					
E	Empati (<i>emphaty</i>)					
14	Setiap karyawan mampu memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi					
15	Karyawan resort mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan					
16	Setiap karyawan resort membantu pelanggan dengan tulus dan bersungguh-sungguh saat mengalami masalah					

Uji Reliabilitas dan Validitas Kinerja

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.958	16

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	48.6333	59.964	.844	.953
VAR00002	48.6667	61.816	.797	.954
VAR00003	48.6000	60.938	.852	.953
VAR00004	48.6667	65.333	.633	.957
VAR00005	48.7000	62.424	.756	.955
VAR00006	48.6667	63.402	.650	.957
VAR00007	48.7000	61.114	.882	.952
VAR00008	48.7667	63.978	.706	.956
VAR00009	48.5000	66.879	.464	.959
VAR00010	48.6333	64.309	.729	.955
VAR00011	48.6667	60.230	.886	.952
VAR00012	48.7000	61.114	.882	.952
VAR00013	48.6000	66.524	.622	.957
VAR00014	48.6667	66.713	.651	.957
VAR00015	48.8000	62.786	.786	.954
VAR00016	48.5333	60.395	.829	.953

Uji Reliabilitas dan Validitas Harapan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.928	16

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	48.2667	36.409	.499	.929
VAR00002	48.0667	36.685	.653	.924
VAR00003	48.1000	37.748	.498	.927
VAR00004	48.1333	36.257	.676	.923
VAR00005	48.2667	36.409	.604	.925
VAR00006	48.2667	36.754	.554	.926
VAR00007	48.1667	36.075	.649	.924
VAR00008	48.3667	35.275	.660	.924
VAR00009	48.0000	36.069	.723	.922
VAR00010	48.1000	35.059	.841	.918
VAR00011	48.2667	36.409	.680	.923
VAR00012	48.1667	36.489	.663	.923
VAR00013	48.0667	37.099	.685	.923
VAR00014	48.0667	37.099	.685	.923
VAR00015	48.0667	36.823	.631	.924
VAR00016	48.1333	35.568	.703	.922

No	Harapan pelanggan															Total	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		16
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	56
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	48
4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	45
5	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
6	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	46
7	4	4	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	47
8	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	45
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	49
10	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	48
11	3	3	2	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	49
12	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	54
13	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	53
14	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	39
15	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	46
16	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	56
17	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	52
18	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	3	55
19	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
20	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	57
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
22	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	53
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	62
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	62
25	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
26	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
27	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	46
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	63
29	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	57
30	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	45
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	62
33	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	54
34	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	44
35	2	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	55
36	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	59
37	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	42
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	62
39	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	53
40	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	2	52
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	49
42	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	50
43	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	51
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
45	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	51
46	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	49
47	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
48	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	49
49	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	50
50	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	53
51	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	57
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	47
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	47
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	59
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	63
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	46
57	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	52
58	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	50
59	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
60	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
61	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	50
62	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
63	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	48
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	60
65	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	59
66	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	50
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
68	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	46
69	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	45
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
71	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
72	4	3	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	50
73	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	52
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	47
75	3	3	3	2	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	48
76	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	49
79	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	48
80	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	47
81	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	49
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	47
83	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	60
85	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	54
86	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55
87	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	53
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	62
89	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	49
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	46
91	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	54
92	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	58
93	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	52
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
95	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	2	4	2	50
96	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	45
97	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	49
98	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	45
99	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
100	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
101	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
102	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	56
103	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	55
104	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	3	50
105	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	51

106	4	3	4	3	4	2	2	3	3	4	3	3	4	3	3	51
107	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	55
108	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	45
109	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	49
110	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
111	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	51
112	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	47
113	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
114	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
115	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	46
116	4	4	2	3	3	2	2	4	4	4	3	4	2	3	3	50
117	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	49
118	3	2	3	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	47
119	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
120	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	49
121	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	50
122	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	48
123	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	48
124	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	4	45
125	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	48
126	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
127	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
128	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
129	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	55
130	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	48
131	3	4	3	4	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	47
132	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	45
133	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	49
134	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	49
135	3	2	1	2	2	1	1	1	1	3	4	1	4	3	4	36
136	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	56
137	4	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	46
138	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	42
139	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	44
140	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	49
141	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
142	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	3	52
143	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	58
144	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	4	51
145	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	50
146	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	51
147	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
148	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	49
149	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
150	4	4	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	47
151	4	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	46
152	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	52
153	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	4	3	45
154	4	2	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	46
155	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	52
156	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	46
157	3	3	2	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	4	50
158	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	48
159	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	4	50
160	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	50
161	4	3	4	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	52
162	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	54
163	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	52
164	4	2	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	53
165	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	2	50
166	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	50
167	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	2	53
168	4	4	3	4	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	52
169	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	46
170	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
171	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	52
172	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
173	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	51
174	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	52
175	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	51
176	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	51
177	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	53
178	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	55
179	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	51
180	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	51
181	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	51
182	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	54
183	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	47
184	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	48
185	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	48
186	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	45
187	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
188	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	52
189	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	53
190	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
191	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	46
192	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	47
193	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	57
194	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
195	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	54
196	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	51
197	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	51
198	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	51
199	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	46
200	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	52