

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL RESTY MENARA
PEKANBARU**

BY : Rizky Farhan

Farhan.rizky28@yahoo.com

SUPERVISOR : Sri Zuliarni, S.Sos, MBA.

**Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau**

Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km.12,5
Simpang Baru Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Customer satisfaction is a situation where the wishes, expectations and customer requirements are met. Customer satisfaction is defined as a form of consumer sentiment after comparing with their expectations. Customer expectations on satisfaction, which is always changing demands company professionalism, because satisfaction is indeed intercedes to improve quality of service.

Based on the analysis to the Cartesian diagram Importance and Performance Analysis, there is one attribute that is entered into the first quadrant (Priority) which indicates the level of importance of these attributes considered important by consumers, but the performance shown by this attribute is considered low or have not been maximal, that was attribute 8 namely completeness and cleanliness of the rooms. There are three attributes that go into quadrant II (Maintain Achievement) which shows attributes that are considered important by consumers and the level of performance in line with expectations consumers. These Atribut were Attributes 2 (Health and Quality Menu), Attribute 3 (Support Facility) and attribute 9 (Equipment Food) .there were three attributes into the third quadrant (lower priority) which shows attributes that are considered less important by consumers and the level of performance in reality is not very good, the attribute were attribute 1 (interior room), attribute 4 (friendliness and sincerity), attribute 5 (fast response) and attribute 7 (standard room) . There was 1 attributes that go into quadrant IV (redundant) that showed little or no service attributes are important but the level of performance is considered excessive, the attributes was attribute 6 (Responsive and solution)

Keyword : Cunsomers Satisfaction , Importance and Performance Analysis, IPA

A. PENDAHULUAN

Provinsi Riau memiliki potensi ekonomi yang luar biasa. Kekayaan alam berupa pertambangan minyak dan gas bumi (migas) dan perkebunan khususnya sawit, melimpah ruah di sini. Lokasi Pekanbaru dekat dengan negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia, serta berada di jalur lalu lintas perdagangan yang terpadat di dunia. Sektor perdagangan dan jasa saat ini menjadi andalan Kota Pekanbaru. Adapun perkembangan jumlah hotel di Pekanbaru selama kurun waktu 3 tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel I.1 Jumlah Hotel di Pekanbaru Tahun 2011– 2013.

Tabel I.1 Jumlah Hotel di Pekanbaru Tahun 2011 - 2013

No	Tahun	Hotel Bintang	Hotel Melati	Jumlah
1	2011	28	66	94
2	2012	32	66	98
3	2013	33	68	101

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru, 2014

Dari data tabel di atas dijelaskan perkembangan jumlah hotel bintang dan hotel melati di Pekanbaru semakin meningkat setiap tahunnya ini membuktikan bahwa adanya hotel baru mulai ingin bersaing untuk mendapatkan peluang. Penyewaan kamar di Hotel Resty Menara selalu meningkat setiap tahunnya. Untuk mencapai peningkatan ini pihak manajemen menetapkan target dan mengevaluasi realisasinya setiap akhir tahun. Berikut Tabel mengenai target dan realisasi penjualan kamar di Hotel Resty Menara dalam 3 tahun terakhir :

Tabel I.2

Daftar Target dan Realisasi Penyewaan Kamar Hotel Resty Menara Tahun 2011 – 2013

No	Tahun	Penyewaan (Kamar)	
		Target	Realisasi
1.	2011	13.900	11.700
2.	2012	14.000	11.925
3.	2013	15.000	13.000

Sumber :Hotel Resty Menara,2014

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka dirumuskan masalah yaitu Bagaimanakah kepuasan pelanggan pada Hotel Resty Menara Pekanbaru.

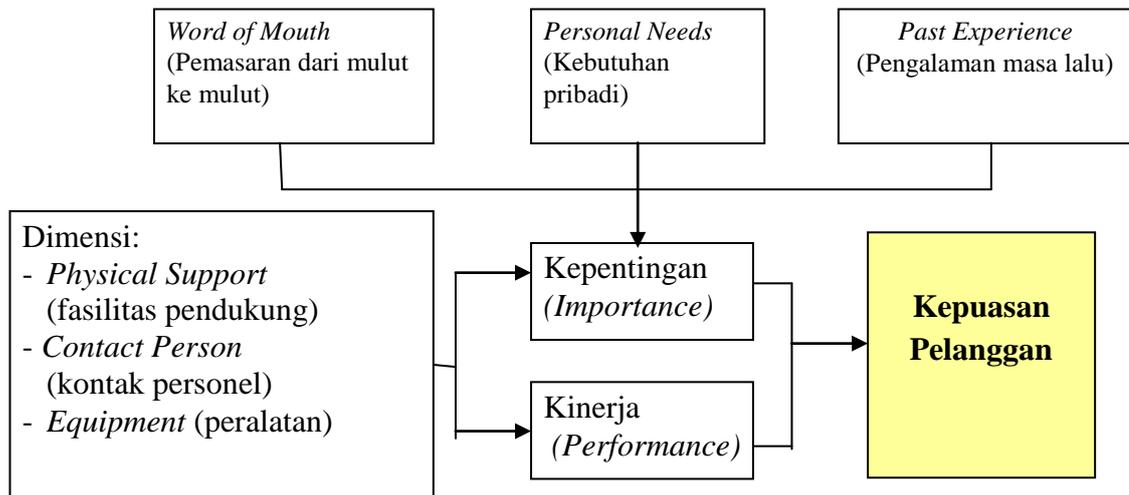
Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat harapan (*expectation*) pelanggan terhadap layanan hotel pada Hotel Resty Menara Pekanbaru
2. Untuk mengetahui kinerja layanan (*Performance*) yang dirasakan pelanggan pada Hotel Resty Menara Pekanbaru
3. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada Hotel Resty Menara Pekanbaru

Memperbaiki dan mempertahankan hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya perlu terus dibina (Umar, 2003). Adanya persaingan yang ketat dalam industri perhotelan, maka Hotel Resty Menara Pekanbaru harus memiliki strategi, dimana penciptaan

produk dengan menyediakan fasilitas bervariasi dan pemberian pelayanan yang baik dan bermutu sebagai nilai tambah dalam persaingan dengan para pesaingnya di Kota Pekanbaru. Pemberian pelayanan bermutu, yaitu

pelayanan yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta harus dapat melebihi apa yang diharapkan konsumen.



Gambar Kerangka Penelitian
Sumber: Penelitian yang dikembangkan, 2014

METODE PENELITIAN

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member satu set kuesioner kepada target responden yang berisi 9 set pernyataan mengenai kepuasan pelanggan menginap pada Hotel Resty Menara Pekanbaru.

Metode analisis data memakai metode deskriptif kuantitatif yaitu mengumpulkan data-data kemudian mentabulasikan dan menyajikan dalam bentuk tabel yang selanjutnya diuraikan dan dianalisis dengan mengaitkan dengan teori yang berhubungan sehingga diperoleh gambaran pemecahan yang dihadapi perusahaan. Adapun alat analisis kepuasan pelanggan yang digunakan

yaitu *importance-performance analysis*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Kepuasan Pelanggan Menginap Pada Hotel Resty Menara Pekanbaru

1. Interior Kamar

Sebagian besar konsumen menyatakan bahwa Interior Kamar hotel sangat penting yaitu sebanyak 30 orang (66,67%). Dari seluruh konsumen tidak ada yang menyatakan tidak penting ataupun sangat tidak penting terhadap atribut ini. Penilaian terhadap tingkat kinerja yang telah dirasakan oleh konsumen, tidak ada satu konsumen pun yang menilai Interior Kamar sangat tidak memuaskan, sedangkan konsumen yang menilai memuaskan sebesar 27 orang konsumen (60%). Berarti

dapat disimpulkan bahwa memberikan hasil yang cukup baik untuk para konsumennya dalam hal Interior Kamar. Tingkat kesesuaian dari atribut ini yaitu

pihak manajemen hotel sudah sebesar $192/205 = 93,66\%$ ($<100\%$). Hal ini berarti atribut Interior Kamar hotel belum memenuhi harapan konsumen.

Tabel III.1 Penilaian Responden Terhadap Interior Kamar

<i>Expectation</i>				<i>Performance</i>			
Kriteria Jawaban	F	S	%	Kriteria Jawaban	F	S	%
Sangat tidak penting	0	0	0.00%	Sangat tidak memuaskan	0	0	0.00%
Tidak penting	0	0	0.00%	Tidak memuaskan	0	0	0.00%
Cukup penting	5	15	11.11%	Cukup memuaskan	3	9	6.67%
Penting	10	40	22.22%	memuaskan	27	108	60.00%
Sangat penting	30	150	66.67%	Sangat memuaskan	15	75	33.33%
Total	45	205	100%	Total	45	192	100%
Perbandingan Skor	$(192/205) \times 100\% = 93.66\%$						

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian, 2014

Keterangan : F = Frekuensi, S = Skor, % = Persentase

2. Kebersihan dan kualitas menu

Selain penginapan, hotel juga menyediakan pelayanan *food and beverage* (makanan dan minuman). Berdasarkan hasil penelitian, konsumen menunjukkan bahwa 33 orang (73,33%) menyatakan atribut ini sangat penting, 8 orang (17,78%) menyatakan penting, 4 orang (8,89%) menyatakan cukup penting dan tidak ada satu konsumen pun yang menyatakan tidak penting atau sangat tidak penting. Sedangkan untuk penilaian tingkat kinerja, 22 orang konsumen (48,89%) menyatakan sangat memuaskan, 19 orang (42,22%) menyatakan memuaskan, 4 orang (8,89%) menyatakan cukup memuaskan dan tidak ada konsumen yang menyatakan tingkat kinerja

kebersihan dan kualitas menu tidak memuaskan atau sangat tidak memuaskan. Total skor penilaian konsumen terhadap kepentingan dari kebersihan dan kualitas menu pada Hotel Resty Menara Pekanbaru sebesar 209 dan total skor penilaian terhadap kinerja kebersihan dan kualitas menu Hotel Resty Menara Pekanbaru adalah 198. Perbandingan antara skor tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan bahwa tingkat kepentingan lebih besar dibandingkan tingkat kinerja, yaitu $198/209 = 94,74\%$ ($<100\%$). Hal ini berarti kinerja atribut kebersihan dan kualitas menu belum memenuhi kepuasan konsumen. Pada kenyataannya sebagian konsumen Hotel Resty Menara Pekanbaru masih mencari tempat

makanan dan minuman di luar hotel, seperti di mall atau restoran yang

dekat dengan hotel.

Tabel III.2 Penilaian Responden Terhadap Kebersihan dan Kualitas Menu

<i>Expectation</i>				<i>Performance</i>			
Kriteria Jawaban	F	S	%	Kriteria Jawaban	F	S	%
Sangat tidak penting	0	0	0.00%	Sangat tidak memuaskan	0	0	0.00%
Tidak penting	0	0	0.00%	Tidak memuaskan	0	0	0.00%
Cukup penting	4	12	8.89%	Cukup memuaskan	4	12	8.89%
Penting	8	32	17.78%	memuaskan	19	76	42.22%
Sangat penting	33	165	73.33%	Sangat memuaskan	22	110	48.89%
Total	45	209	100%	Total	45	198	100%
Perbandingan Skor	94.74%						

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian, 2014

Keterangan : F = Frekuensi, S = Skor, % = Persentase

3. Fasilitas pendukung

Salah satu daya tarik yang ditawarkan oleh hotel adalah fasilitas pendukung yang disediakan untuk pelanggan. Ketersediaan fasilitas pendukung ini akan membuat pelanggan nyaman berada dilingkungan hotel. Berdasarkan hasil penelitian, konsumen menunjukkan bahwa 35 orang (77,78%) menyatakan atribut ini sangat penting, 8 orang (17,78%) menyatakan penting, 2 orang (4,44%) menyatakan cukup penting dan tidak ada satu konsumen pun yang menyatakan tidak penting atau sangat tidak penting. Sedangkan untuk penilaian tingkat kinerja, 23 orang konsumen (51,11%) menyatakan sangat memuaskan, 19 orang (42,22%) menyatakan memuaskan, 2 orang (4,44%)

menyatakan cukup memuaskan, 1 orang (2,22%) menyatakan tidak memuaskan dan tidak ada konsumen yang menyatakan fasilitas pendukung di Hotel Resty Menara Pekanbaru sangat tidak memuaskan. Total skor penilaian konsumen terhadap kepentingan dari fasilitas pendukung pada Hotel Resty Menara Pekanbaru sebesar 213 dan total skor penilaian terhadap fasilitas pendukung di Hotel Resty Menara Pekanbaru adalah 199. Perbandingan antara skor tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan bahwa tingkat kepentingan lebih besar dibandingkan tingkat kinerja, yaitu $199/213 = 94,74\%$ ($<100\%$). Hal ini berarti kinerja atribut fasilitas pendukung belum memenuhi kepuasan konsumen.

Tabel III.3 Penilaian Responden Terhadap Fasilitas Pendukung

<i>Expectation</i>				<i>Performance</i>			
Kriteria Jawaban	F	S	%	Kriteria Jawaban	F	S	%
Sangat tidak penting	0	0	0.00%	Sangat tidak memuaskan	0	0	0.00%
Tidak penting	0	0	0.00%	Tidak memuaskan	1	2	2.22%
Cukup penting	2	6	4.44%	Cukup memuaskan	2	6	4.44%
Penting	8	32	17.78%	memuaskan	19	76	42.22%
Sangat penting	35	175	77.78%	Sangat memuaskan	23	115	51.11%
Total	45	213	100%	Total	45	199	100%
Perbandingan Skor	93.43%						

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian, 2014

Keterangan : F = Frekuensi, S = Skor, % = Persentase

4. Keramahan dan ketulusan

Pihak Manajemen Hotel Resty Menara Pekanbaru dalam memberikan pelayanannya kepada konsumen, menekankan pada karyawan-karyawannya agar bersikap sopan, ramah dan memberikan sambutan yang hangat dan kekeluargaan, sehingga akan membuat konsumen merasa senang dan nyaman. Keramahan dan ketulusan sangat menentukan kualitas pelayanan dan sangat berpengaruh dalam menarik keinginan konsumen untuk menggunakan jasa hotel.

Alasan lain yang menyebabkan keramahan dan ketulusan karyawan hotel merupakan atribut yang penting

adalah apabila pramusaji ramah, tulus dan sopan maka konsumen akan merasa lebih dihargai dan dihormati, sehingga nyaman berada di hotel tersebut. Pada Hotel Resty Menara Pekanbaru para karyawan perlu diberikan pelatihan khusus agar bisa lebih ramah, terutama tutur katanya serta lebih komunikatif dalam menghadapi konsumen. Hal tersebut akan membuat konsumen merasa senang dan nyaman sehingga mereka kembali menginap berulang karena pelayanannya yang sangat memuaskan, misalnya: karyawan selalu memberi senyuman dan mengucapkan selamat pagi kepada setiap konsumen yang baru datang.

Tabel III.4 Penilaian Responden Terhadap Keramahan dan Ketulusan

<i>Expectation</i>				<i>Performance</i>			
Kriteria Jawaban	F	S	%	Kriteria Jawaban	F	S	%
Sangat tidak penting	0	0	0.00%	Sangat tidak memuaskan	0	0	0.00%
Tidak penting	0	0	0.00%	Tidak memuaskan	0	0	0.00%
Cukup penting	4	12	8.89%	Cukup memuaskan	8	24	17.78%
Penting	10	40	22.22%	memuaskan	16	64	35.56%
Sangat penting	31	155	68.89%	Sangat memuaskan	21	105	46.67%
Total	45	207	100%	Total	45	193	100%
Perbandingan Skor	93.24%						

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian, 2014

Keterangan : F = Frekuensi, S = Skor, % = Persentase

Mayoritas konsumen sebanyak 31 orang (59%) beranggapan bahwa atribut keramahan dan ketulusan ini sangat penting. Dimana pelayanan yang sopan dan ramah dari seluruh karyawan hotel membuat para konsumen merasa senang terhadap pelayanan yang akan diberikan. Sebanyak 10 orang (22,22%) menganggap atribut keramahan dan ketulusan ini penting, 4 orang (8,89%) menganggap cukup penting dan tidak ada konsumen yang menyatakan atribut ini tidak penting atau sangat tidak penting. Sedangkan penilaian tingkat kinerja berdasarkan hasil pengolahan kuesioner menunjukkan bahwa tidak ada konsumen yang menyatakan tidak memuaskan ataupun sangat tidak memuaskan. Sebanyak 21 orang (46,67%) menilai kinerja keramahan dan ketulusan karyawan Hotel Resty Menara Pekanbaru sangat memuaskan, 16 orang (35,56%) menyatakan memuaskan, 8 orang

(17,78%) menyatakan cukup memuaskan. Skor perbandingan antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan sebesar $193/207 = 93,24\%$ ($<100\%$), menunjukkan bahwa kinerja hotel terhadap atribut keramahan dan ketulusan ini masih belum memuaskan konsumen karena masih dibawah 100%.

5. Cepat tanggap

Cepat tanggap adalah kesediaan karyawan hotel dalam membantu dan memberikan usaha pelayanan yang cepat dan tanggap kepada para tamunya. Karyawan hotel hendaknya harus cepat tanggap kepada situasi dan kondisi dimana mereka harus membantu para tamunya yang memerlukan bantuan dengan sesegera mungkin. Tingkat harapan konsumen terhadap suatu pelayanan adalah berbeda-beda antara satu konsumen dengan konsummen yang lainnya. Hal ini terjadi karena setiap orang mempunyai latar belakang dan

kebutuhan yang berbeda-beda pula. Sehingga pelayanan yang dilakukan pihak Hotel Resty Menara Pekanbaru tidak selamanya dinilai baik oleh semua konsumen hotel. Oleh karena itu, konsumen yang merasa kebutuhannya belum terpenuhi dan tidak mendapatkan pelayanan sesuai yang mereka

kehendaki maka mereka akan menyatakan dalam bentuk keluhan kepada pihak manajemen hotel. Seluruh karyawan yang menangani keluhan tersebut diharapkan dapat memberi kepuasan kepada konsumen hotel dengan penanganan keluhan yang cepat dan tepat.

Tabel III.5 Penilaian Responden Terhadap Cepat Tanggap

<i>Expectation</i>				<i>Performance</i>			
Kriteria Jawaban	F	S	%	Kriteria Jawaban	F	S	%
Sangat tidak penting	0	0	0.00%	Sangat tidak memuaskan	0	0	0.00%
Tidak penting	0	0	0.00%	Tidak memuaskan	0	0	0.00%
Cukup penting	4	12	8.89%	Cukup memuaskan	7	21	15.56%
Penting	12	48	26.67%	memuaskan	16	64	35.56%
Sangat penting	29	145	64.44%	Sangat memuaskan	22	110	48.89%
Total	45	205	100%	Total	45	195	100%
Perbandingan Skor	95.12%						

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian, 2014

Keterangan : F = Frekuensi, S = Skor, % = Persentase

Data pada Tabel III.5 menunjukkan bahwa tidak ada konsumen yang menilai atribut cepat tanggap tidak penting atau sangat tidak penting. Konsumen menilai atribut cepat tanggap sangat penting paling banyak yaitu 29 orang (64,44%), sebanyak 12 orang (26,67%) menyatakan penting dan 4 orang (8,89%) menyatakan cukup penting. Skor tingkat kinerja diperoleh dari hasil analisis dimana 22 orang (48,89) konsumen menyatakan tingkat cepat tanggap karyawan hotel sangat memuaskan, 16 orang (35,56%) menyatakan memuaskan, 7 orang (15,56%)

menyatakan cukup memuaskan dan tidak konsumen yang menyatakan kinerja cepat tanggap karyawan hotel Resty Menara Pekanbaru tidak memuaskan atau sangat tidak memuaskan. Meningkatkan cepat tanggap para karyawan Hotel Resty Menara Pekanbaru memungkinkan para konsumennya lebih merasa sangat puas terhadap pelayanannya. Tingkat kesesuaian sebesar $195/205 = 95,12\%$ ($<100\%$) menunjukkan kinerja atribut ini hanya memenuhi 95,12% dari harapan konsumen, sehingga belum mencapai 100%.

6. Responsif dan solutif

Kepekaan karyawan hotel terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa suatu hotel. Hal ini merupakan bentuk dari responsifitas karyawan terhadap konsumen hotel. Dalam hal ini Hotel Resty Menara

Pekanbarumenekankan kepada karyawannya untuk selalu ringan tangan, cepat dan tanggap serta menanyakan apa yang dibutuhkan oleh para tamu hotel, sehingga konsumen selalu mendapat solusi terhadap masalah yang mereka temui ketika berada di hotel.

Tabel III.6 Penilaian Responden Terhadap Atribut Responsif dan Solutif

<i>Expectation</i>				<i>Performance</i>			
Kriteria Jawaban	F	S	%	Kriteria Jawaban	F	S	%
Sangat tidak penting	0	0	0.00%	Sangat tidak memuaskan	0	0	0.00%
Tidak penting	0	0	0.00%	Tidak memuaskan	0	0	0.00%
Cukup penting	5	15	11.11%	Cukup memuaskan	4	12	8.89%
Penting	7	28	15.56%	memuaskan	15	60	33.33%
Sangat penting	33	165	73.33%	Sangat memuaskan	26	130	57.78%
Total	45	208	100%	Total	45	202	100%
Perbandingan Skor	97.12%						

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian, 2014

Keterangan : F = Frekuensi, S = Skor, % = Persentase

Berdasarkan tabel di atas, hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan 33 orang menyatakan bahwa atribut responsif dan solutif hotel memegang peranan sangat penting dalam kualitas pelayanan hotel, 7 orang (15,56%) menyatakan penting, 5 orang (11,11%) menyatakan cukup penting dan tidak ada konsumen yang menyatakan tidak penting atau sangat tidak penting terhadap atribut ini. Pada pelaksanaannya di tingkat kinerja, dari seluruh konsumen yang sangat dominan adalah 26 orang (57,78%) menyatakan sangat memuaskan, 15 orang (33,33%) menyatakan memuaskan, 4 orang (8,89%) menyatakan cukup memuaskan dan

tidak ada penilaian konsumen yang menyatakan. Total skor tingkat kepentingan pada atribut respon dan solutif lebih tinggi daripada tingkat kinerjanya. Perbandingannya sebesar $202/208 = 97,12\%$, artinya hotel telah memenuhi kepuasan konsumen sebesar 97,12% (<100%).

7. Standar kamar

Pada setiap kamar di Hotel Resty Menara Pekanbaru dilengkapi dengan berbagai fasilitas sesuai dengan tipe dari tiap-tiap kamar dengan standar hotel. Fasilitas di setiap kamar pun disesuaikan dengan jenis-jenis kamar dan juga sesuai dengan tarif yang telah diberikan oleh pihak hotel. Hasil penilaian konsumen terhadap atribut standar

kamar ini dapat dilihat pada Tabel III.11 di bawah ini. Data Tabel III.10 menunjukkan bahwa 30 orang konsumen (66,67%) menilai standar kamar hotel sangatlah penting, karena faktor itulah yang juga mendukung kenyamanan seorang konsumen terhadap pelayanan sebuah hotel. Sebanyak 13 orang (28,89%) menyatakan atribut ini penting, 2 orang (4,44%) menyatakan atribut ini cukup penting

dan tidak konsumen yang menyatakan atribut ini tidak penting atau sangat tidak penting. Penilaian tingkat kinerja tentang standar kamar Hotel Resty Menara Pekanbaru, 16 orang (35,56%) menyatakan sangat memuaskan, 26 orang (57,78%) menyatakan memuaskan, 2 orang (4,44%) menyatakan cukup memuaskan dan tidak ada konsumen yang menyatakan tidak memuaskan atau sangat tidak memuaskan.

Tabel III.7 Penilaian Responden Terhadap Atribut Standar Kamar

<i>Expectation</i>				<i>Performance</i>			
Kriteria Jawaban	F	S	%	Kriteria Jawaban	F	S	%
Sangat tidak penting	0	0	0.00%	Sangat tidak memuaskan	0	0	0.00%
Tidak penting	0	0	0.00%	Tidak memuaskan	1	2	2.22%
Cukup penting	2	6	4.44%	Cukup memuaskan	2	6	4.44%
Penting	13	52	28.89%	memuaskan	26	104	57.78%
Sangat penting	30	150	66.67%	Sangat memuaskan	16	80	35.56%
Total	45	208	100%	Total	45	192	100%
Perbandingan Skor	92.31%						

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian, 2014

Keterangan : F = Frekuensi, S = Skor, % = Persentase

Perbandingan skor tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan menghasilkan tingkat kesesuaian sebesar $193/208 = 92,31\%$ ($<100\%$), artinya kinerja atribut ini baru memenuhi kepuasan konsumen sebanyak 92,31%, jadi belum optimum karena tingkat kesesuaiannya masih dibawah 100%.

8. Kelengkapan dan kebersihan kamar

Kelengkapan dan kebersihan kamar tidur merupakan hal terpenting yang dinilai oleh

konsumen hotel. Tersedianya fasilitas yang lengkap dan kebersihan kamar tidur sangat perlu diperhatikan dan dijaga saat pihak hotel melakukan penataan kamar sesuai dengan standar hotel. Kelengkapan dan kebersihan kamar akan membuat hotel mempunyai keunggulan di mata konsumen. Hal ini akan membuat suasana kamar hotel yang aman dan nyaman, konsumen akan merasa senang tinggal di kamar yang bersih dan rapi sesuai dengan standar kebersihan hotel dan tidak perlu lagi

mencari keluar hotel perlengkapan yang mereka butuhkan. Ketika kelengkapan dan kebersihan kamar terjaga maka konsumen akan betah tinggal lebih lama atau kembali lagi pada hotel yang sama. Kelengkapan

dan kebersihan kamar ini menjadi penting karena pendapatan utama hotel adalah kamar tidur, sehingga pelayanan dalam menata kamar hotel perlu tetap dijaga dan ditingkatkan.

Tabel III.8 Penilaian Responden Terhadap Atribut Kelengkapan dan Kebersihan Kamar

<i>Expectation</i>				<i>Performance</i>			
Kriteria Jawaban	F	S	%	Kriteria Jawaban	F	S	%
Sangat tidak penting	0	0	0.00%	Sangat tidak memuaskan	0	0	0.00%
Tidak penting	0	0	0.00%	Tidak memuaskan	0	0	0.00%
Cukup penting	2	6	4.44%	Cukup memuaskan	3	9	6.67%
Penting	12	48	26.67%	memuaskan	24	96	53.33%
Sangat penting	31	155	68.89%	Sangat memuaskan	18	90	40.00%
Total	45	209	100%	Total	45	195	100%
Perbandingan Skor	93.30%						

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian, 2014

Keterangan : F = Frekuensi, S = Skor, % = Persentase

Dari tabel III.8 di atas dapat diketahui harapan konsumen akan mendapatkan kelengkapan dan kebersihan kamar. 68,89% mengatakan atribut ini sangat penting, 26,67% menyatakan atribut ini penting dan 4,4% menyatakan atribut ini cukup penting. Dari tabel III.11 di atas juga terlihat tanggapan responden mengenai pelayanan yang mereka terima berdasarkan atribut kebersihan dan kelengkapan kamar. 40% responden menyatakan kebersihan dan kelengkapan kamar sangat memuaskan. Nilai ini lebih rendah dibandingkan dengan harapan konsumen yaitu 68,89% menyatakan sangat penting. 53,33% konsumen menyatakan kelengkapan dan

kebersihan kamar memuaskan dan 6,67% menyatakan cukup memuaskan. Tidak ada konsumen yang menyatakan kelengkapan dan kebersihan kamar tidak memuaskan atau sangat tidak memuaskan. Hal ini menjadi seharusnya menjadi prioritas utama pihak Hotel Resty Menara Pekanbaru mengingat pendapatan utama hotel adalah dari biaya sewa kamar.

9. Peralatan makan

Peralatan makan yang disediakan di restoran hotel perlu diperhatikan agar konsumen tertarik untuk makan di hotel. Tabel berikut menunjukkan persepsi dan harapan konsumen terhadap peralatan makan di Hotel Resty Menara Pekanbaru.

Tabel III. 9 Penilaian Responden Terhadap Atribut Peralatan Makan

<i>Expectation</i>				<i>Performance</i>			
Kriteria Jawaban	F	S	%	Kriteria Jawaban	F	S	%
Sangat tidak penting	0	0	0.00%	Sangat tidak memuaskan	0	0	0.00%
Tidak penting	0	0	0.00%	Tidak memuaskan	0	0	0.00%
Cukup penting	2	6	4.44%	Cukup memuaskan	2	6	4.44%
Penting	7	28	15.56%	memuaskan	21	84	46.67%
Sangat penting	36	180	80.00%	Sangat memuaskan	22	110	48.89%
Total	45	214	100%	Total	45	200	100%
Perbandingan Skor	93.46%						

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian, 2014

Keterangan : F = Frekuensi, S = Skor, % = Persentase

Data Tabel III.9 menunjukkan bahwa 36 orang konsumen (80%) menilai peralatan makan hotel sangatlah penting, karena faktor itulah yang juga mendukung kenyamanan seorang konsumen terhadap pelayanan sebuah hotel. Sebanyak 7 orang (15,56%) menyatakan atribut ini penting, 2 orang (4,44%) menyatakan atribut ini cukup penting dan tidak ada konsumen yang menyatakan atribut ini tidak penting atau sangat tidak penting. Penilaian tingkat kinerja tentang peralatan makan Hotel Resty Menara Pekanbaru, 22 orang (48,89%) menyatakan sangat memuaskan, 21 orang (46,67%) menyatakan memuaskan, 2 orang (4,44%) menyatakan cukup memuaskan dan tidak ada konsumen yang menyatakan tidak memuaskan atau sangat tidak memuaskan. Perbandingan skor tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan menghasilkan tingkat

kesesuaian sebesar $192/208 = 92,31\%$ ($<100\%$), artinya kinerja atribut ini baru memenuhi kepuasan konsumen sebanyak 92,31%, jadi belum optimum karena tingkat kesesuaiannya masih dibawah 100%.

B. ANALISIS TINGKAT KESESUAIAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengukur atribut-atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang diharapkan konsumen. Tingkat kinerja menunjukkan atribut aktual yang dirasakan konsumen, sedangkan tingkat kepentingan atribut menunjukkan seberapa penting atribut tersebut bagi konsumen menjelaskan tingkat kepentingan *Likert*. Pada penelitian di Hotel Resty Menara Pekanbaru ini

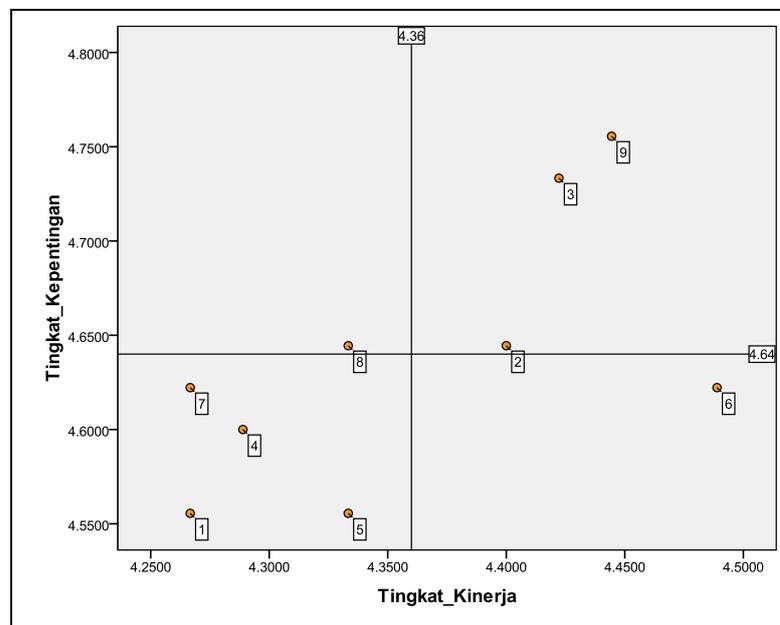
digunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan pemetaan diagram *Importance Performance Analysis* (IPA) sehingga dapat dilakukan Perbaikan dan peningkatan tingkat kinerja Hotel Resty Menara Pekanbaru

Tabel III.10 Nilai rata-rata skor atribut Hotel Resty Menara Pekanbaru berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja

No	Atribut	Rata-rata Skor Kepentingan	Rata-rata Skor Kinerja
1	Interior Kamar	4.56	4.27
2	kebersihan dan kualitas menu	4.64	4.40
3	fasilitas pendukung	4.73	4.42
4	keramahan dan ketulusan	4.60	4.29
5	cepat tanggap	4.56	4.33
6	responsif dan solutif	4.62	4.49
7	standar kamar	4.62	4.27
8	kelengkapan dan kebersihan kamar	4.64	4.33
9	peralatan makan	4.76	4.44
Rata-rata		4.64	4.36

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian, 2014

Berdasarkan Tabel III.10 di atas, pada penelitian di Hotel Resty Menara Pekanbaru ini nilai rata-rata tingkat kepentingan adalah 4,64 dan nilai rata-rata tingkat kinerja adalah 4,36.



Gambar III.1 Diagram Kartesius

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian, 2014

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran I pada diagram kartesius IPA menunjukkan tingkat kepentingan dari suatu atribut produk yang dianggap penting oleh konsumen, tetapi kinerja yang ditunjukkan oleh atribut ini dianggap masih rendah atau belum maksimal. Terdapat 1 atribut pada kuadran I, yaitu atribut 8 yaitu kelengkapan dan kebersihan kamar. Atribut ini perlu mendapat perhatian khusus atau diprioritaskan oleh manajemen hotel karena keberadaan faktor-faktor ini dinilai sangat penting bagi konsumen tetapi pihak hotel belum dapat melaksanakannya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen sehingga tingkat kinerjanya masih belum memuaskan.

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran II pada diagram kartesius IPA memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen dan tingkat kinerjanya sesuai dengan harapan konsumen, oleh karena itu kinerja atribut-atribut ini harus dipertahankan oleh pihak Hotel Resty Menara Pekanbaru. Berdasarkan penelitian di lapangan terdapat 3 atribut pada Kuadran II, yaitu Atribut 2 (Kebersihan dan Kualitas Menu), Atribut 3 (Fasilitas Pendukung) dan Atribut 9 (Peralatan Makanan).

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran III pada diagram kartesius IPA menggambarkan atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan tingkat kinerja pada kenyataannya tidak terlalu baik. Prioritas perbaikan atribut yang ada di kuadran ini menjadi rendah, karena dianggap tidak terlalu penting bagi konsumen. Berdasarkan penelitian

hanya terdapat 3 atribut yang berada di kuadran III, yaitu Atribut 1 (Interior Kamar), Atribut 4 (Keramahan dan Ketulusan), Atribut 5 (Cepat tanggap) dan Atribut 7 (standar kamar). Perbaikan terhadap atribut-atribut ini dapat memberikan nilai positif dan meningkatkan mutu pelayanan.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Pada kuadran ini, tingkat kepentingan atau harapan konsumen terhadap atribut-atribut pelayanan kurang atau tidak penting namun tingkat kinerjanya dinilai berlebihan. Atribut yang termasuk dalam kuadran IV atau kuadran berlebihan ini yaitu atribut 6 (Responsif dan solutif). Pihak Hotel Resty Menara Pekanbaru tidak perlu berkonsentrasi pada peningkatan pelayanan atribut di kuadran IV ini karena kinerjanya sudah sangat baik dan dapat lebih memfokuskan pada atribut-atribut lain yang masih perlu ditingkatkan kualitas pelayanannya dengan tetap harus diperhatikan pelaksanaannya agar tidak kalah dengan hotel pesaing.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dengan diagram kartesius *Importance and Performance Analysis* yang dilakukan terdapat satu atribut yang masuk ke dalam kuadran I (Prioritas Utama) yang menunjukkan tingkat kepentingan dari atribut ini dianggap penting oleh konsumen, tetapi kinerja yang ditunjukkan oleh atribut ini dianggap masih rendah atau belum maksimal yaitu atribut 8 yaitu kelengkapan dan kebersihan kamar. Terdapat tiga atribut yang masuk ke kuadran II (Pertahankan Prestasi) yang menunjukkan atribut-atribut ini yang

dianggap penting oleh konsumen dan tingkat kinerjanya sesuai dengan harapan konsumen. Atribut tersebut adalah Atribut 2 (Kebersihan dan Kualitas Menu), Atribut 3 (Fasilitas Pendukung) dan Atribut 9 (Peralatan Makanan). Terdapat tiga atribut yang masuk ke dalam kuadran III (Prioritas rendah) yang menunjukkan atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan tingkat kinerja pada kenyataannya tidak terlalu baik, atribut tersebut adalah Atribut 1 (Interior Kamar), Atribut 4 (Keramahan dan Ketulusan), Atribut 5 (Cepat tanggap) dan Atribut 7 (standar kamar). Terdapat 1 atribut yang masuk ke dalam kuadran IV (berlebihan) yang menunjukkan atribut pelayanan kurang atau tidak penting namun tingkat kinerjanya dinilai berlebihan, atribut tersebut adalah atribut 6 (Responsif dan solutif).

SARAN

Pihak manajemen hotel harus fokus terhadap perbaikan atribut yang masuk ke dalam kuadran I

DAFTAR PUSTAKA

Fatmawati, 2005. *Analisis Respon Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel Mambruk Anyer*. Skripsi Departemen Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Bogor.

FISIP Universitas Riau, 2007. *Pedoman Penulisan dan Prosedur Ujian Skripsi Fisip*. TP2 Fisip dan Unri Press: Pekanbaru

(Prioritas Utama) yaitu atribut kelengkapan dan kebersihan kamar. Atribut ini dianggap penting oleh pelanggan namun kinerja yang ditunjukkan oleh hotel masih rendah atau belum maksimal. Pihak hotel harus mampu mempertahankan atribut-atribut yang masuk ke dalam kuadran II (Pertahankan Prestasi). Atribut-atribut dalam kuadran ini dianggap penting oleh konsumen dan tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh pihak hotel telah sesuai dengan harapan pelanggan. Jika sumber daya masih ada pihak manajemen harus memperbaiki kualitas atribut-atribut yang masuk ke dalam kuadran III (prioritas rendah) karena atribut ini dianggap tidak terlalu penting oleh konsumen namun dengan adanya perbaikan akan lebih meningkatkan kepuasan pelanggan hotel. Pihak manajemen harusnya tidak terlalu fokus kepada atribut yang ada di kuadran IV (berlebihan) karena tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh pihak hotel telah memuaskan pelanggan bahkan cenderung berlebihan.

Ign. Gatot Widhiyanto, 2001. *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Hotel Santika Semarang*. UNDIP Semarang.

Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran (Terjemahan)*. PT. INDEKS Kelompok Media, Jakarta.

Kotler P, Keller KL. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta (ID): Indeks

Lupiyoadi, R dan Hamdani, A. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.

Rangkuti, F. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Teknik

- Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan plus Analisis Kasus PLN-JP.* Jakarta (ID): Gramedia Pustaka Utama.
- Sihite, 2000. *Hotel Management*. SIC, Surabaya.
- Sumarwan, Ujang, 2011. *Perilaku Konsumen*, Edisi Kedua, Ghalia Indonesia : Bogor
- Sutomo, Maskuri, 2011. *Kepuasan Pelanggan menginap di hotel berbintang di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Bisma Jurnal Bisnis dan Manajemen, 5(1):17-28
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. PT Asdi Mahasatya, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2002. *Strategi Pemasaran*, Edisi kedua, Andi : Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2007. *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi Ketiga, Andi : Yogyakarta
- Umar, H. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Widhiyanto, Ign. Gatot, 2001. *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Hotel Santika Semarang*. Universitas diponegoro
- Yazid, 2001. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*, Edisi kedua, Ekonisia : Yogyakarta
- Zeithaml, Valarie A. and Bitner, Mary Jo, 2003. *Service Marketing*, New York: McGraw Hill Inc, Int'l.
- Supranto, 2001. *Metodologi Penarikan Sampel*. Gramedia: Jakarta