

# Evaluasi Kualitas Pelayanan Hotel Terhadap Kepuasan Tamu Menggunakan Importance Performance Analysis (IPA)

Aprilia Divi Yustita<sup>1</sup>, Ayu Purwaningtyas<sup>2</sup>, Eka Afrida Ermawati<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Politeknik Negeri Banyuwangi, Indonesia

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received 10 March 2023

Received in revised form

13 March 2023

Accepted 14 March 2023

Available online 24 March 2023

### Kata Kunci:

Evaluasi,  
Kualitas Pelayanan,  
IPA

## ABSTRAK

Pada organisasi perusahaan jasa, dalam hal ini adalah hotel, mengevaluasi kepuasan konsumen adalah hal yang penting untuk dilakukan karena dapat berdampak pada loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen tercapai ketika pengukuran kinerja yang diharapkan oleh konsumen memiliki nilai lebih besar dibandingkan dengan kinerja aktual. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu oleh salah satu hotel berbintang 4 di Banyuwangi dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Penelitian dilakukan dengan memeriksa apakah ada kesenjangan (*gap*) antara layanan yang diberikan dengan layanan yang diterima tamu. Selanjutnya diberikan rekomendasi peningkatan layanan berdasarkan posisi atribut pada diagram kartesius. Hasil penelitian menunjukkan adanya kesenjangan antara persepsi tamu dengan kepuasan tamu terhadap kualitas layanan yang diberikan Hotel XYZ, namun juga diperoleh atribut yang dinilai memuaskan oleh tamu. Nilai negatif tertinggi terdapat pada dimensi jaminan (*assurance*). Faktor yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki dan ditingkatkan adalah yang terletak pada kuadran I diagram kartesius.

## ABSTRACT

In the service company organization, especially in hotel, the evaluation of consumers satisfaction is the crucial aspect to consider because it can affect the customers loyalty. The customers satisfaction can be accomplished when the value of performance measurement expected by the customers is higher than the actual performance. This study aims to evaluate the service quality provided to the guests of a 4-star hotel in Banyuwangi by using Important Performance Analysis (IPA) method. This research was conducted by examining whether there is a gap between the service provided and the service received by the guests. Furthermore, recommendations for the services improvement are given based on the position of the attribute on the cartesian diagram. The results show that there is a gap between the guest perception and guest satisfaction on the quality service provided by the Hotel XYZ, but also obtained attribute that were considered satisfactory by the guest. The highest negative value is found in the *assurance* dimension. Factors that are the top priority to be repaired and enhanced are those that are located in quadrant I of the cartesian diagram.

Keywords: Evaluation, Quality Service, IPA

## Pendahuluan

Dengan kemajuan teknologi yang terjadi saat ini, hotel semakin banyak diminati oleh masyarakat karena jenis akomodasi ini termasuk mudah diakses melalui berbagai media promosi seperti *online travel agent* (OTA) dan website. Keberadaan hotel pada suatu daerah juga mendukung perkembangan pariwisata, karena hotel termasuk dalam akomodasi penunjang pariwisata. Sehingga keberadaan hotel di suatu kawasan yang pariwisatanya berkembang, dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja. Hal tersebut sesuai dengan prinsip pariwisata berkelanjutan yaitu memiliki manfaat pada salah satu dari tiga aspek dampak pariwisata, khususnya aspek ekonomi (Yustita, et al., 2020).

Hotel adalah usaha dalam bidang akomodasi bisnis pariwisata yang dikelola secara komersial. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) hotel disebutkan sebagai bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial dan disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, makan, dan minum. Menurut Sulastiyono (2011) dalam bukunya Manajemen Penyelenggaraan Hotel disebutkan bahwa pengertian hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan

<sup>1</sup> Corresponding author.

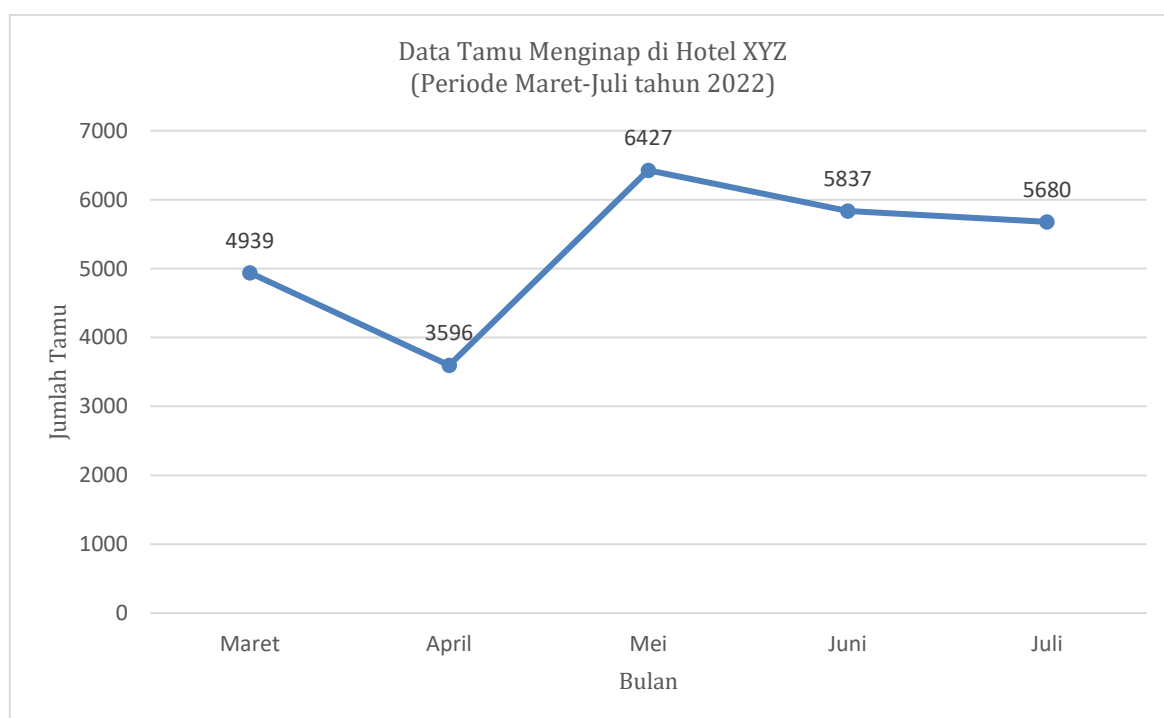
E-mail : [aprilia.divi@poliwangi.ac.id](mailto:aprilia.divi@poliwangi.ac.id)

makanan, minuman, dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai pelayanan yang diterima tanpa ada perjanjian khusus. Berdasarkan kedua definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hotel adalah jenis akomodasi yang dikelola secara komersial dengan menyediakan fasilitas kamar dan pelayanan makanan serta minuman untuk orang yang sedang melakukan perjalanan, baik untuk tujuan wisata maupun tujuan lain.

Hotel adalah perusahaan yang memiliki produk utama pelayanan jasa kamar dan produk yang berupa barang yaitu makanan dan minuman, namun demikian dalam penyediaan makanan dan minuman hotel juga mengutamakan pada aspek pelayanan (*service*) dalam penyediaan produknya. Mengutip pernyataan Kotler dan Keller dalam Tjiptono (2019) jasa sendiri didefinisikan sebagai setiap tindakan/perbuatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menyebabkan kepemilikan atas sesuatu. Sebagai salah satu organisasi yang bergerak pada bidang jasa, maka kualitas pelayanan adalah hal yang penting untuk diperhatikan karena dapat berdampak pada loyalitas tamu (*guest loyalty*). Evaluasi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh hotel perlu dilakukan secara teratur untuk dapat mengetahui kepuasan tamu (*guest satisfaction*).

Bagian pada hotel yang termasuk dalam kategori *profit centre* atau bagian yang dapat menghasilkan uang adalah *Front Office Department* dan *Food&Beverage Department*. *Profit centre* sangat penting karena berinteraksi langsung dengan tamu serta dituntut untuk dapat memahami kebutuhan dan keinginan tamu. Khususnya pada *Front Office Department* merupakan bagian penerimaan tamu dan pusat informasi dengan sebutannya yang sering dikaitkan adalah "*the first and the last impression of the guest*" yang artinya adalah tempat menciptakan kesan pertama dan terakhir bagi tamu saat di hotel. *Front Office Department* bertugas untuk memberikan pelayanan kepada tamu seperti *check in*, *check out*, keperluan informasi, serta pembayaran. Bagian pada departemen ini salah satunya adalah *front desk agent* (FDA) yang dituntut untuk mampu berkomunikasi dengan baik serta *customer oriented*.

Hotel XYZ adalah salah satu hotel berbintang 4 yang berada di Kabupaten Banyuwangi dan termasuk dalam *city hotel* yang banyak diminati oleh konsumen. Data jumlah tamu yang menginap di Hotel XYZ selama 5 bulan (periode Maret – Juli tahun 2022) ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Data Jumlah Tamu Menginap di Hotel XYZ selama 5 Bulan

Berdasarkan data pada Gambar 1 dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan tamu ke hotel XYZ fluktuatif dengan kecenderungan jumlah tamu berada pada rata-rata 5.926 orang. Jumlah ini terhitung besar dengan periode pengambilan data bukan pada saat *high season*. Sebagai hotel berbintang 4 dengan jumlah kunjungan relatif besar maka pelayanan yang diberikan juga harus baik dengan menerapkan pelayanan prima (*excellent service*). Pelayanan prima merupakan pola layanan terbaik dalam manajemen modern

yang mengutamakan kepedulian terhadap pelanggan untuk memuaskan pelanggan (Nurlia 2018). Pelayanan prima dari suatu hotel akan memberikan nilai tambah bagi tamu yang menginap di hotel tersebut, sehingga dapat memberikan dampak pada tingkat hunian kamar dan *revenue* hotel. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa penting untuk memastikan bahwa pelayanan yang diberikan oleh hotel kepada tamu telah baik dan berorientasi pada kepuasan tamu. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan mengevaluasi secara teratur tingkat kepuasan tamu sehingga dapat meminimalkan adanya komplain oleh tamu.

Pada penelitian ini dilakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan Hotel XYZ, khususnya pada *Front Office Department* yaitu salah satu *profit centre department* yang pelayanannya diberikan oleh FDA. Evaluasi dilakukan dengan memeriksa apakah terjadi kesenjangan (*gap*) antara layanan yang diharapkan (ekspektasi) tamu dan layanan yang diterima (persepsi) tamu. Kepuasan konsumen tercapai ketika *gap* yang diperoleh berasal dari layanan yang diterima oleh tamu lebih besar dari layanan yang diharapkan. Indikator yang digunakan untuk memeriksa kesenjangan ekspektasi dan persepsi tamu terhadap layanan hotel mengacu pada 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan pada model *service quality* (SERVQUAL). Mengutip hasil penelitian Parasuraman, et al., (1988) dalam Tjiptono (2019) kelima dimensi utama kualitas pelayanan meliputi: 1) bukti fisik (*tangible*) yaitu fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi; 2) reliabilitas (*reliability*) yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan; 3) daya tanggap (*responsiveness*) yaitu keinginan staf untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap; 4) jaminan (*assurance*) yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf; dan 5) empati (*empathy*) yaitu kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individu pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Importance Performance Analysis (IPA) untuk melihat tingkat kepentingan suatu variabel dimata konsumen dengan kinerja perusahaan. Dengan demikian perusahaan akan dapat membuat strategi peningkatan bisnis dengan lebih terarah mengacu pada prioritas pelanggan yang lebih dominan. Dalam hal ini variabel yang dimaksud yaitu kelima dimensi dalam model SERVQUAL.

Penelitian serupa yaitu evaluasi kualitas layanan dengan menggunakan metode IPA telah diimplementasikan dalam berbagai bidang jasa, karena metode ini tergolong sederhana. Beberapa penelitian tersebut diantaranya dilakukan oleh Ranas dan Mansur (2013); Roidelindho dan Novrianti (2018) di industri hotel, Ong dan Pambudi (2014) di industri jasa PT Sucofindo, Silalahi (2020) implementasi CSR perusahaan, Immanuel and Setiawan (2020) jasa layanan sistem informasi.

## Metode

---

### Pengembangan Indikator Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran serta menjadi salah satu tujuan esensial dari aktivitas bisnis (Tjiptono 2019). Beberapa pendapat juga menyampaikan bahwa kepuasan pelanggan dapat berkontribusi atau memiliki pengaruh terhadap aspek krusial bisnis, seperti loyalitas pelanggan. Mengacu tulisan Kotler and Keller (2012) dalam buku *Marketing Management*, kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Senada dengan pendefinisian kepuasan pelanggan oleh Kotler dan Keller, pada tulisannya Oliver dalam Tjiptono (2019) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dirumuskan sebagai evaluasi purnabeli, yang mempersepsikan kinerja alternatif produk/ jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Pada penelitian ini evaluasi atas kepuasan pelanggan di Hotel XYZ dilakukan dengan memeriksa apakah terjadi kesenjangan (*gap*) antara layanan yang diharapkan (ekspektasi) tamu dan layanan yang diterima (persepsi) tamu. Indikator yang digunakan untuk memeriksa kesenjangan ekspektasi dan persepsi tamu terhadap layanan hotel mengacu pada 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan pada model *service quality* (SERVQUAL) yang dikemukakan oleh Parasuraman, et al., (1988) dalam Tjiptono (2019) yang meliputi bukti fisik (*tangibles*), reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

**Tabel 1.** Indikator dan Pernyataan Penelitian

No	Indikator	Atribut	Pernyataan
1	Bukti Fisik ( <i>tangible</i> )	Penampilan (kebersihan dan kerapian) Fasilitas pendukung	Penampilan FDA bersih dan rapi (H1/P1) Fasilitas (brosur dan mesin EDC pembayaran) FDA dalam melayani sangat mendukung (H2/P2)
2	Reliabilitas ( <i>reliability</i> )	Kemampuan memberikan informasi Kemampuan memberikan solusi Ketepatan dalam memberikan pelayanan	FDA mampu memberikan informasi terkait jenis kamar, harga, dan fasilitas hotel (H3/P3) FDA mampu memberikan solusi terhadap permasalahan tamu di hotel (H4/P4) FDA mampu memberikan pelayanan dengan tepat sesuai dengan pesanan tamu (H5/P5)
3	Daya Tanggap ( <i>responsiveness</i> )	Daya tanggap terhadap keluhan Kesigapan dalam melayani Kemudahan dalam mengutarakan keluhan Kecepatan dalam memberikan solusi Kecepatan dalam penanganan	FDA cepat tanggap terhadap keluhan tamu (H6/P6) FDA sigap dalam melayani tamu (H7/P7) FDA memberikan kemudahan dalam penyampaian keluhan (H8/P8) FDA segera memberikan alternatif solusi saat terdapat keluhan (H9/P9)
4	Jaminan ( <i>assurance</i> )	Keramah-tamahan Perhatian dan kesopanan dalam pelayanan Kemampuan menanamkan kepercayaan Kesesuaian harga Jaminan Keamanan Identitas	FDA cepat dalam menangani tamu (H10/P10) FDA menunjukkan sikap keramah-tamahan kepada tamu (H11/P11) FDA menunjukkan sikap perhatian dan sopan dalam melayani tamu (H12/P12) FDA mampu menanamkan kepercayaan kepada tamu (H13/P13) Harga yang ditawarkan FDA sesuai dengan yang didapatkan (H14/P14) FDA memberikan jaminan keamanan identitas tamu (H15/P15)
5	Empati ( <i>emphaty</i> )	Kejelasan komunikasi Pemahaman atas keinginan dan kebutuhan Kepedulian pada masalah Kesediaan membantu Perhatian pribadi	FDA mampu berkomunikasi dengan jelas kepada tamu (H16/P16) FDA dapat memahami keinginan dan kebutuhan tamu (H17/P17) FDA menunjukkan kepedulian pada tamu (H18/P18) FDA memberikan kesediaan untuk membantu tamu melengkapi formulir registrasi (H19/P19) FDA menunjukkan perhatian pribadi kepada tamu (seperti hari spesial kelahiran, dan sebagainya) (H20/P20)

Seluruh butir pernyataan dalam atribut lima dimensi kualitas pelayanan di atas disusun dalam kuesioner yang selanjutnya diberikan kepada tamu sebagai responden untuk dikonfirmasi, sehingga diperoleh nilai ekspektasi dan persepsi tamu.

### Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang memiliki kuantitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2017). Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Pengambilan sampel mungkin untuk dilakukan jika populasi besar dan peneliti memiliki keterbatasan misalkan pada dana, tenaga, dan waktu. Hasil yang dipelajari dari sampel tersebut akan dapat diberlakukan untuk populasi, sehingga sampel yang diambil haruslah mewakili (representatif) terhadap populasinya. Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah purposive sampling yang merupakan bagian dari teknik non-probability sampling. Menurut Sulaiman dan Kuserdyana (2013) non-probability sampling adalah cara pengambilan sampel dimana setiap elemen atau individu anggota populasi tidak mendapatkan kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sementara itu purposive sampling adalah penentuan sampel didasarkan pada tujuan tertentu. Populasi yang dimaksud pada penelitian ini adalah pelanggan/ tamu hotel yang menginap atau merasakan pelayanan oleh FDA di Hotel XYZ. Jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{26.479}{1 + 26.479(0,1)^2} = 99,62 \approx 100. \quad (1)$$

dimana,

$n$  : ukuran sampel minimal

$N$  : ukuran populasi

$e$  : toleransi ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel (10%)

Berdasarkan perhitungan dengan rumus (1) maka jumlah minimal tamu yang akan menjadi responden adalah sebanyak 100 orang, dan pada penelitian ini mengikuti jumlah minimal berdasarkan rumus tersebut. Sumber perolehan data pada penelitian ini didapatkan melalui proses berikut.

- Observasi, dilakukan pada awal penelitian dimulai untuk mendapatkan informasi mengenai permasalahan pada lokasi penelitian serta informasi umum objek yang diteliti.
- Wawancara, dilakukan dengan memberikan pertanyaan yang telah disusun sebelumnya (semi terstruktur) kepada pihak yang terkait langsung dengan penelitian ini, yaitu FDA sebagai pelaku pelayanan jasa di Hotel XYZ, sehingga dapat mengetahui standar pelayanan yang ditetapkan perusahaan dan kesesuaiannya dengan yang diterapkan oleh FDA.
- Penyebaran kuesioner, dilakukan dengan memberikan angket/ kuesioner yang telah disusun berdasarkan pada dimensi SERVQUAL kepada 100 orang tamu yang menginap di Hotel XYZ dan mendapatkan pelayanan oleh FDA. Kuesioner ini disusun dengan menggunakan skala likert.
- Studi literatur dan Dokumentasi, dilakukan dalam upaya menambah nilai kredibilitas dari penelitian. Studi literatur dilakukan dengan merujuk penelitian-penelitian sejenis dalam jurnal. Dokumentasi dilakukan dengan mencatat dokumen terkait yang dimiliki perusahaan serta pengabdian proses penelitian melalui foto.

### Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan pada kuesioner dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2012) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu fenomena sosial yang terjadi. Jawaban pada setiap item instrumen (kuesioner) yang menggunakan skala likert memiliki gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Berikut adalah gradasi pilihan jawaban berdasarkan skala likert yang digunakan pada penelitian ini.

**Tabel 2.**

Gradasi pilihan jawaban pada skala likert

Preferensi Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

### Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji validitas dan reliabilitas perlu dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen (kuesioner) yang dibuat dapat digunakan untuk keperluan pengambilan data. Dengan kata lain, kuesioner harus memenuhi syarat valid dan reliabel agar dapat digunakan untuk alat ukur dalam penelitian. Instrumen yang valid artinya instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sementara itu instrumen yang reliabel artinya instrumen yang jika digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama maka akan diperoleh data yang sama pula (Sugiyono, 2019). Uji validitas dan reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan software SPSS dengan kriteria berikut.

#### a. Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pernyataan dikatakan valid, sedangkan jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  pernyataan dinyatakan tidak valid. Hasil uji validitas instrumen dengan  $df = 100 - 2 = 98$ , taraf signifikansi 5% dan  $r_{tabel} = 0,194$  ditunjukkan pada tabel 3.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan mengamati nilai Cronbach's Alpha. Dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas adalah jika nilai Cronbach's Alpha  $> 0,6$  maka dinyatakan reliabel, sebaliknya dinyatakan tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas instrumen ditunjukkan pada Tabel 4.

**Tabel 3.**  
Hasil Uji Validitas Instrumen (Harapan dan Persepsi)

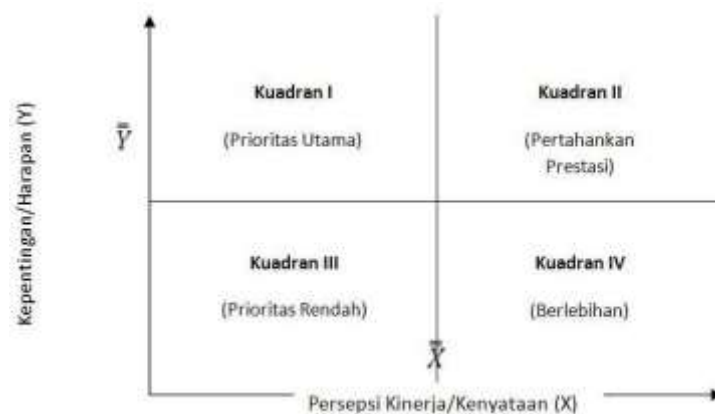
Indikator	Item Harapan	$r_{hitung}$ (harapan)	Item Persepsi	$r_{hitung}$ (persepsi)	$r_{tabel}$	Keterangan
Bukti Fisik ( <i>tangible</i> )	H1	0,516	P1	0,526	0,194	Valid
	H2	0,511	P2	0,543	0,194	Valid
	H3	0,640	P3	0,659	0,194	Valid
Reliabilitas ( <i>reliability</i> )	H4	0,503	P4	0,629	0,194	Valid
	H5	0,660	P5	0,705	0,194	Valid
	H6	0,574	P6	0,695	0,194	Valid
Daya Tanggap ( <i>responsiveness</i> )	H7	0,618	P7	0,666	0,194	Valid
	H8	0,619	P8	0,579	0,194	Valid
	H9	0,561	P9	0,605	0,194	Valid
Jaminan ( <i>assurance</i> )	H10	0,569	P10	0,681	0,194	Valid
	H11	0,701	P11	0,713	0,194	Valid
	H12	0,659	P12	0,677	0,194	Valid
Empati ( <i>emphaty</i> )	H13	0,658	P13	0,601	0,194	Valid
	H14	0,562	P14	0,666	0,194	Valid
	H15	0,647	P15	0,664	0,194	Valid
Empati ( <i>emphaty</i> )	H16	0,599	P16	0,623	0,194	Valid
	H17	0,630	P17	0,720	0,194	Valid
	H18	0,566	P18	0,616	0,194	Valid
	H19	0,580	P19	0,624	0,194	Valid
	H20	0,533	P20	0,599	0,194	Valid

**Tabel 4.**  
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen (Harapan dan Persepsi)

Indikator	Nilai Cronbach's Alfa (harapan)	N of Items (harapan)	Nilai Cronbach's Alfa (persepsi)	N of Items (persepsi)	Keterangan
Bukti Fisik ( <i>tangible</i> )	0,673	2	0,661	2	Reliabel
Reliabilitas ( <i>reliability</i> )	0,664	3	0,716	3	Reliabel
Daya Tanggap ( <i>responsiveness</i> )	0,749	5	0,786	5	Reliabel
Jaminan ( <i>assurance</i> )	0,807	5	0,792	5	Reliabel
Empati ( <i>emphaty</i> )	0,762	5	0,781	5	Reliabel

### Importance Performance Analysis (IPA)

Salah satu metode untuk meneliti kualitas dan kepuasan pelanggan di industri jasa pelayanan adalah IPA (Importance Performance Analysis). Menurut Tjiptono (2011) IPA dikemukakan pertama kali oleh Martilla dan James di tahun 1977 dalam artikelnya Importance Performance Analysis. Metode ini bertujuan untuk menunjukkan kepentingan dari berbagai atribut terhadap kinerja sebuah organisasi atau perusahaan. IPA merupakan kombinasi dari dimensi ekspektasi dan kepentingan. Menurut Feng et al. (2014) dalam Ormanovic, et al. (2017) metode IPA sebetulnya adalah metode grafis yang ditampilkan dalam sistem koordinat dua dimensi, dimana rata-rata nilai kepentingan dan kinerja yang berbeda dari produk/jasa yang didapatkan ditempatkan pada daerah yang terbagi menjadi empat kuadran. Pada metode IPA responden menilai tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan yang kemudian rata-rata nilai tersebut dianalisis pada Importance Performance Matrix atau diagram kartesius yang terdiri dari empat kuadran sebagai berikut.



Gambar 2. Diagram Kartesius (Ranas dan Mansur, 2013)



Interpretasi dari setiap kuadran dijelaskan sebagai berikut:

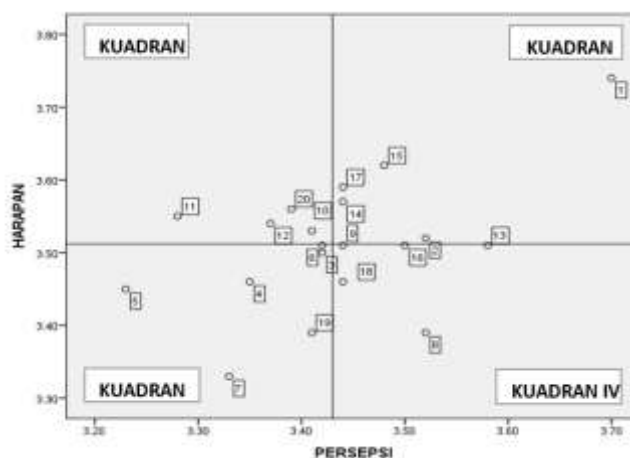
- Kuadran I (Prioritas Utama): Harapan/ kepentingan pelanggan yang tinggi tetapi kinerja perusahaan rendah, sehingga perlu adanya peningkatan kinerja dari atribut yang ada di dalamnya.
- Kuadran II (Pertahankan): Harapan/ kepentingan pelanggan dan kinerja perusahaan sudah tinggi sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga perlu dipertahankan kualitas layanan dari atribut-atribut yang ada di dalamnya.
- Kuadran III (Prioritas Rendah): Harapan/ kepentingan pelanggan dan kinerja perusahaan rendah, sehingga menunjukkan bahwa atribut-atribut yang ada di dalamnya tidak dianggap penting oleh pelanggan.
- Kuadran IV (Berlebihan): Harapan/ kepentingan pelanggan rendah tetapi kinerja perusahaan terlalu tinggi, menunjukkan bahwa atribut-atribut yang ada di dalamnya dianggap tidak terlalu penting. Manajemen dapat mengalokasikan sumber daya yang ada untuk atribut-atribut yang perlu ditingkatkan yang berada di kuadran I.

## Hasil dan Pembahasan

Hasil dalam penyebaran kuesioner pada penelitian ini berupa skor penilaian yang diberikan oleh 100 tamu pada Hotel XYZ sebagai responden terhadap atribut dalam lima dimensi utama model SERVQUAL. Penilaian tersebut dibedakan pada pengukuran kinerja yang ia harapkan dengan yang dipersepsikan. Hasil penilaian ditunjukkan pada tabel 5.

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai gap atau kesenjangan yang dihitung dari selisih skor persepsi dengan skor harapan memiliki hasil yang bervariasi. Pada indikator bukti fisik pernyataan 2 dan daya tanggap pernyataan 7, gap yang diperoleh bernilai 0 yang artinya adalah  $P = H$  atau dengan kata lain kedua aspek tersebut dinilai memuaskan oleh tamu. Pada indikator daya tanggap pernyataan ke 8, indikator jaminan pernyataan ke 13, dan indikator empati pernyataan ke 19, gap yang diperoleh bernilai positif secara berturut-turut yaitu 0,13; 0,07; dan 0,02 yang artinya adalah  $P > H$  atau dengan kata lain ketiga aspek tersebut dinilai memuaskan oleh tamu karena pelayanan yang diberikan melampaui dari apa yang diharapkan tamu. Sedangkan 15 (lima belas) aspek yang lain gap nya bernilai negatif dengan skor gap negatif tertinggi adalah sebesar -0,27 pada indikator jaminan pernyataan ke 11, yang artinya  $P < H$  atau dengan kata lain semua aspek tersebut tidak memuaskan karena pelayanan yang diberikan tidak memenuhi dari apa yang diharapkan tamu.

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel 5 maka diperlukan upaya perbaikan untuk meningkatkan kepuasan tamu Hotel XYZ atas pelayanan yang diberikan FDA. Dalam penentuan skala prioritas perbaikan dapat menggunakan metode IPA dengan melihat posisi setiap butir pernyataan pada diagram kartesius. Diagram kartesius dibentuk dengan menggunakan software SPSS, dimana hasil diagram kartesius tersebut ditunjukkan pada gambar 3.



Gambar 3. Diagram Kartesius Rerata Skor Harapan dan Rerata Skor Persepsi

**Tabel 5.** Hasil Penilaian Kepuasan Tamu (Harapan dan Persepsi)

Indikator	Harapan		Persepsi		Gap $Q = P - H$
	Pernyataan	Skor (H)	Pernyataan	Skor (P)	
Bukti Fisik ( <i>tangible</i> )	H1	3,74	P1	3,7	-0,04
	H2	3,52	P2	3,52	0
	H3	3,5	P3	3,42	-0,08
Reliabilitas ( <i>reliability</i> )	H4	3,46	P4	3,35	-0,11
	H5	3,45	P5	3,23	-0,22
	H6	3,51	P6	3,42	-0,09
	H7	3,33	P7	3,33	0
Daya Tanggap ( <i>responsiveness</i> )	H8	3,39	P8	3,52	0,13
	H9	3,51	P9	3,44	-0,07
	H10	3,53	P10	3,41	-0,12
	H11	3,55	P11	3,28	-0,27
Jaminan ( <i>assurance</i> )	H12	3,54	P12	3,37	-0,17
	H13	3,51	P13	3,58	0,07
	H14	3,57	P14	3,44	-0,13
	H15	3,62	P15	3,48	-0,14
	H16	3,51	P16	3,5	-0,01
Empati ( <i>emphaty</i> )	H17	3,59	P17	3,44	-0,15
	H18	3,46	P18	3,44	-0,02
	H19	3,39	P19	3,41	0,02
	H20	3,56	P20	3,39	-0,17

Interpretasi dari setiap kuadran dijelaskan sebagai berikut:

a. Kuadran I (Prioritas Utama)

Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini di anggap sangat penting oleh tamu tetapi yang diterima tamu tidak memuaskan. Variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

P10 : FDA cepat dalam menangani tamu

P11 : FDA menunjukkan sikap keramah-tamahan kepada tamu

P12 : FDA menunjukkan sikap perhatian dan sopan dalam melayani tamu

P20 : FDA menunjukkan perhatian pribadi kepada tamu (seperti hari spesial kelahiran, dan sebagainya)

Dengan demikian atribut-atribut ini menjadi prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan oleh hotel.

b. Kuadran II (Pertahankan)

Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh tamu dan kinerja sangat memuaskan. Variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

P1 : Penampilan FDA bersih dan rapi

P2 : Fasilitas (brosur dan mesin EDC pembayaran) FDA dalam melayani sangat mendukung

P14 : Harga yang ditawarkan FDA sesuai dengan yang didapatkan

P15 : FDA memberikan jaminan keamanan identitas tamu

P17 : FDA dapat memahami keinginan dan kebutuhan tamu

Dengan demikian atribut-atribut ini adalah yang perlu dipertahankan oleh hotel.

c. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut-atribut pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting oleh tamu dan sistemnya kurang memuaskan. Variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

P3 : FDA mampu memberikan informasi terkait jenis kamar, harga, dan fasilitas hotel

P4 : FDA mampu memberikan solusi terhadap permasalahan tamu di hotel

P5 : FDA mampu memberikan pelayanan dengan tepat sesuai dengan pesanan tamu

P6 : FDA cepat tanggap terhadap keluhan tamu

P7 : FDA sigap dalam melayani tamu

P19 : FDA memberikan kesediaan untuk membantu tamu melengkapi formulir registrasi

Dengan demikian atribut-atribut di atas dapat diabaikan, atau mempunyai skala prioritas rendah untuk perbaikan oleh hotel.

d. Kuadran IV (Berlebihan)

Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting oleh tamu tetapi sistemnya memuaskan. Variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

P8 : FDA memberikan kemudahan dalam penyampaian keluhan

P9 : FDA segera memberikan alternatif solusi saat terdapat keluhan

P13 : FDA mampu menanamkan kepercayaan kepada tamu



P16 : FDA mampu berkomunikasi dengan jelas kepada tamu

P18 : FDA menunjukkan kepedulian pada tamu

Dengan demikian atribut-atribut di atas berlebihan untuk dilakukan hotel, sehingga akan lebih baik jika hotel mengalokasikan sumber daya yang dimiliki untuk prioritas utama terlebih dahulu.

## Simpulan dan Saran

---

Berdasarkan hasil perhitungan skor kepuasan pelanggan yang telah dilakukan dengan memperhatikan lima dimensi utama kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, dan empati maka diperoleh dua item terbaik yang ditunjukkan dengan skor positif nilai gap 0 yaitu: Fasilitas (brosur dan mesin EDC pembayaran) FDA dalam melayani sangat mendukung dan FDA sigap dalam melayani tamu. Berdasarkan IPA diketahui bahwa atribut-atribut yang menjadi prioritas utama perbaikan oleh hotel adalah yang berada pada kuadran I meliputi 4 item, yaitu: FDA cepat dalam menangani tamu, FDA menunjukkan sikap keramah-tamahan kepada tamu, FDA menunjukkan sikap perhatian dan sopan dalam melayani tamu, dan FDA menunjukkan perhatian pribadi kepada tamu (seperti hari spesial kelahiran, dan sebagainya).

## Daftar Rujukan

---

- Feng, M., J. Mangan, C. Wong, M. Xu, dan C. Lalwani. 2014. "Investigating the different approaches to importance-performance analysis." *The Service Industries Journal* 34(12):1021-41.
- Immanuel, G. A., dan R. Setiawan. 2020. "Implementasi metode importance performance analysis untuk pengukuran kualitas sistem informasi." *KURAWAL Jurnal Teknologi, Informasi Dan Industri* 3(2):181-90.
- Kotler, P., dan K. L. Keller. 2012. *Marketing management*. 14th ed. NJ: Prentice Hall International, Inc.
- Nurlia. 2018. "Strategi Pelayanan dengan konsep service excellent." *Meraja Journal* 1(2):17-30.
- Ong, J. O., dan J. Pambudi. 2014. "Analisis Kepuasan pelanggan dengan importance performance analysis di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (Persero)." *J@TI Undip* IX(1):1-10.
- Ormanovic, S., A. Ciric, M. Talovic, H. Alic, E. Jeleskovic, dan D. Causevic. 2017. "Importance-Performance analysis: Different approaches." *Acta Kinesiologica* 11(2):58-66.
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, dan L. L. Berry. 1988. "SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality." *Journal of Retailing* 64 (Spring):12-40.
- Ranas, R. R., dan A. Mansur. 2013. "Analisis dan perbaikan layanan hotel menggunakan SERVQUAL Dan diagram kartesius (Studi kasus di Hotel Kombokarno)." *Telaah Bisnis* 14(2):119-32.
- Roidelindho, Kiki, dan Dian Puspita Novrianti. 2018. "Perbaikan kualitas pelayanan jasa perhotelan menggunakan servsqual dan importance performance analysis (IPA)." *UNITEX* 11(2):120-29.
- Silalahi, W. R. 2020. "Analysis of performance and importance matrix to determine the implementation of corporate social responsibility." Pp. 104-8 in *2nd International Seminar on Business, Economics, Social Science and Technology (ISBEST 2019)*.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian bisnis pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, S., dan Kusherdyana. 2013. *Pengantar statistika pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastiyono, A. 2011. *Manajemen penyelenggaraan hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service, quality, & satisfaction Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, penelitian*. edited by A. Diana. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Yustita, A. D., Hardiyanti S. A., dan Purwaningtyas A. 2020. "Model dampak dan keberlanjutan pariwisata di Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi." *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)* 2(6):290-306.