

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data yang merupakan gambaran yang akan digunakan untuk proses selanjutnya yaitu menguji hipotesis. Hal ini dilakukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi responden yang menjadi objek dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, status, pendidikan, dan pendapatan.

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, telah dilakukan penelitian terhadap pelanggan Whiz Prime Hotel berjumlah 100 orang. Untuk mengetahui data jenis kelamin responden, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)
1	Laki-laki	49
2	Perempuan	51
Total		100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2018

Dari tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu perempuan artinya pelanggan Whiz Prime Hotel Bandar Lampung didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 51 orang.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (tahun)	Jumlah (orang)
1	20-29	42
2	30-39	38
3	40-49	20
4	>50	0
Total		100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia diketahui usia 20–29 tahun menempati tingkat tertinggi artinya pelanggan Whiz Prime Hotel Bandar Lampung didominasi oleh konsumen yang berusia 20–29 tahun sebanyak 42 orang.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)
1	Karyawan Swasta	38
2	PNS	18
3	Wiraswasta	16
4	Pelajar	4
5	Ibu Rumah Tangga	7
6	Mahasiswa	1
7	Profesional	6
8	Karyawan BUMN	9
9	Petani/Pedagang	1
Total		100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan diketahui karyawan swasta menempati tingkat tertinggi artinya pelanggan

Whiz Prime Hotel Bandar Lampung didominasi oleh karyawan swasta sebanyak 38 orang.

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status

No	Status	Jumlah (Orang)
1	Single	40
2	Sudah Menikah	60
Total		100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2018

Dari tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan status diketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu sudah menikah artinya pelanggan Whiz Prime Hotel Bandar Lampung didominasi oleh status sudah menikah sebanyak 60 orang.

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah (orang)
1	SMA	17
2	Diploma	41
3	S1	36
4	S2	5
5	S3	1
Total		100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan pendidikan diketahui pendidikan diploma menempati tingkat tertinggi artinya pelanggan Whiz Prime Hotel Bandar Lampung didominasi oleh pelanggan yang pendidikan diploma sebanyak 41 orang.

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Jumlah (orang)
1	<2.000.000	15
2	2.000.000 – 4.000.000	30
3	4.000.000 – 6.000.000	32
4	6.000.000 – 8.000.000	23
5	>10.000.000	0
Total		100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.6 karakteristik responden berdasarkan pendapatan diketahui pendapatan 4.000.000 – 6.000.000 menempati tingkat tertinggi artinya pelanggan Whiz Prime Hotel Bandar Lampung didominasi oleh pelanggan yang pendapatan 4.000.000 – 6.000.000 sebanyak 32 orang.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban mengenai kepuasan pelanggan berdasarkan tingkat kinerja yang disebarkan kepada 100 responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden
Mengenai kepuasan pelanggan berdasarkan kinerja**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Kebersihan ruangan hotel baik	58	58,0	29	29,0	11	11,0	2	2,0	0	0
2	Tata letak ruang rapi	38	38,0	30	30,0	29	29,0	3	3,0	0	0
3	Sarana ruang hotel (kursi, lantai) dalam kondisi baik	43	43,0	40	40,0	16	16,0	0	0	1	1,0

4	Kondisi ruang kamar nyaman	32	32,0	33	33,0	29	29,0	6	6,0	0	0
5	TV dalam ruang kamar dengan kondisi baik	31	31,0	35	35,0	23	23,0	10	10,0	1	1,0
6	Sarana parkir luas	41	41,0	38	38,0	15	15,0	5	5,0	1	1,0
7	Lobi yang bersih dan nyaman	34	34,0	40	40,0	18	18,0	7	7,0	1	1,0
8	Akses Internet cepat	45	45,0	37	37,0	14	14,0	4	4,0	0	0
9	Toilet yang disediakan bersih	63	63,0	24	24,0	8	8,0	5	5,0	0	0
10	Pelayan melayani pelanggan dengan baik	31	31,0	39	39,0	21	21,0	7	7,0	2	2,0
11	Pelayan memberikan pelayanan secara objektif	40	40,0	34	34,0	22	22,0	4	4,0	0	0
12	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan SOP hotel .	35	35,0	37	37,0	22	22,0	6	6,0	0	0
13	Pelayan mampu dalam melayani kepentingan pelanggan	43	43,0	39	39,0	15	15,0	3	3,0	0	0
14	Pelayan tepat waktu dalam melayani pelanggan.	56	56,0	30	30,0	10	10,0	4	4,0	0	0
15	Karyawan menanggapi komplain pelanggan dengan baik	52	52,0	34	34,0	12	12,0	2	2,0	0	0
16	Pelayan merespons kebutuhan dan keluhan	47	47,0	40	40,0	11	11,0	2	2,0	0	0

	layanan dari pelanggan										
17	Customer Service menjawab pertanyaan dari pelanggan dengan baik.	60	60,0	31	31,0	8	8,0	1	1,0	0	0
18	Karyawan hotel bersikap ramah dan sopan	61	61,0	27	27,0	8	8,0	4	4,0	0	0
19	Karyawan mampu melayani pelanggan dengan baik	59	59,0	30	30,0	11	11,0	0	0	0	0
20	Karyawan memiliki kompetensi yang sesuai dengan bidangnya	38	38,0	38	38,0	21	21,0	2	2,0	1	1,0
21	Perilaku karyawan hotel menimbulkan rasa aman	49	49,0	36	36,0	13	13,0	2	2,0	0	0
22	Prosedur hotel memudahkan pelanggan untuk menggunakan hotel	43	43,0	33	33,0	16	16,0	6	6,0	2	2,0
23	Karyawan memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan	48	48,0	31	31,0	16	16,0	5	5,0	0	0
24	Karyawan mendukung pelanggan dalam memenuhi permintaan.	34	34,0	34	34,0	22	22,0	10	10,0	0	0
25	Waktu kerja layanan menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan	42	42,0	37	37,0	17	17,0	4	4,0	0	0

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Dari tabel 4.7 diperoleh jawaban atas beberapa pernyataan yang diajukan ke 100 responden pernyataan 9 mengenai “Toilet yang disediakan bersih” mendapat respon tertinggi dengan jawaban setuju yaitu sebanyak 63 orang atau 63,0%, sedangkan pernyataan 5 dan 10 yang mengenai “TV dalam ruang kamar dengan kondisi baik dan Pelayan melayani pelanggan dengan baik” mendapat respon terendah dengan jawaban setuju yaitu masing – masing sebanyak 31 orang atau 31,0%.

**Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden
Mengenai kepuasan pelanggan berdasarkan harapan**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Kebersihan ruangan hotel baik	51	51,0	24	29,0	16	61,0	7	7,0	2	2,0
2	Tata letak ruang rapi	30	30,0	28	28,0	33	33,0	7	7,0	2	2,0
3	Sarana ruang hotel (kursi, lantai) dalam kondisi baik	31	31,0	29	29,0	16	16,0	9	9,0	5	5,0
4	Kondisi ruang kamar nyaman	26	26,0	41	41,0	21	21,0	7	7,0	5	5,0
5	TV dalam ruang kamar dengan kondisi baik	26	26,0	33	33,0	32	32,0	7	7,0	2	2,0
6	Sarana parkir luas	32	32,0	34	34,0	21	21,0	9	9,0	4	4,0
7	Lobi yang bersih dan nyaman	26	26,0	29	29,0	30	30,0	10	10,0	5	5,0
8	Akses Internet cepat	36	36,0	32	32,0	24	24,0	4	4,0	4	4,0

9	Toilet yang disediakan bersih	42	42,0	31	31,0	18	18,0	5	5,0	4	4,0
10	Pelayan melayani pelanggan dengan baik	20	20,0	30	30,0	30	30,0	15	15,0	5	5,0
11	Pelayan memberikan pelayanan secara objektif	40	40,0	31	31,0	20	20,0	5	5,0	4	4,0
12	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan SOP hotel .	42	42,0	26	26,0	24	24,0	3	3,0	5	5,0
13	Pelayan mampu dalam melayani kepentingan pelanggan	40	40,0	34	34,0	18	18,0	5	5,0	3	3,0
14	Pelayan tepat waktu dalam melayani pelanggan.	38	38,0	35	35,0	16	16,0	7	7,0	4	4,0
15	Karyawan menanggapi komplain pelanggan dengan baik	41	41,0	30	30,0	21	21,0	4	4,0	4	4,0
16	Pelayan merespons kebutuhan dan keluhan layanan dari pelanggan	34	34,0	38	38,0	18	18,0	8	8,0	2	2,0
17	Costumer Service menjawab pertanyaan dari pelanggan dengan baik.	41	41,0	27	27,0	22	22,0	7	7,0	3	3,0
18	Karyawan hotel bersikap ramah dan sopan	34	34,0	36	36,0	21	21,0	5	5,0	4	4,0
19	Karyawan mampu melayani pelanggan	37	37,0	35	35,0	19	19,0	6	6,0	3	3,0

	dengan baik										
20	Karyawan memiliki kompetensi yang sesuai dengan bidangnya	30	30,0	29	29,0	24	24,0	13	13,0	0	0
21	Perilaku karyawan hotel menimbulkan rasa aman	37	37,0	32	32,0	21	21,0	7	7,0	3	3,0
22	Prosedur hotel memudahkan pelanggan untuk menggunakan hotel	39	39,0	32	32,0	21	21,0	5	5,0	3	3,0
23	Karyawan memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan	37	37,0	26	26,0	26	26,0	7	7,0	4	4,0
24	Karyawan mendukung pelanggan dalam memenuhi permintaan.	28	28,0	27	27,0	31	31,0	10	10,0	4	4,0
25	Waktu kerja layanan menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan	30	30,0	31	31,0	28	28,0	8	8,0	3	3,0

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling direspon adalah pernyataan 1 dengan pernyataan “Kebersihan ruangan hotel baik” mendapat respon tertinggi dengan jawaban setuju yaitu sebanyak 51 orang atau 51,0%, sedangkan pernyataan 10 mengenai “Pelayan melayani pelanggan dengan baik” mendapat respon terendah dengan jawaban setuju yaitu sebanyak 20 orang atau 20,0%.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden di uji dengan uji validitas dan uji realibilitas yang diuji cobakan pada responden. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*. Dengan penelitian ini, uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 20. Hasil pengujian validitas menggunakan kriteria pengujian untuk uji ini adalah apabila $\text{sig} > 0,05$ (alpha) , maka tidak valid dan apabila $\text{sig} < 0,05$ (alpha) ,maka valid.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kuesioner
Mengenai kepuasan pelanggan berdasarkan kinerja**

Pernyataan	Sig	Alpha (0.05)	Simpulan
Butir 1	0,000	0,05	Valid
Butir 2	0,000	0,05	Valid
Butir 3	0,000	0,05	Valid
Butir 4	0,000	0,05	Valid
Butir 5	0,000	0,05	Valid
Butir 6	0,000	0,05	Valid
Butir 7	0,000	0,05	Valid
Butir 8	0,000	0,05	Valid
Butir 9	0,000	0,05	Valid
Butir 10	0,000	0,05	Valid
Butir 11	0,000	0,05	Valid
Butir 12	0,000	0,05	Valid
Butir 13	0,000	0,05	Valid
Butir 14	0,000	0,05	Valid
Butir 15	0,000	0,05	Valid
Butir 16	0,000	0,05	Valid

Butir 17	0,000	0,05	Valid
Butir 18	0,000	0,05	Valid
Butir 19	0,000	0,05	Valid
Butir 20	0,000	0,05	Valid
Butir 21	0,000	0,05	Valid
Butir 22	0,000	0,05	Valid
Butir 23	0,000	0,05	Valid
Butir 24	0,000	0,05	Valid
Butir 25	0,000	0,05	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai kepuasan pelanggan berdasarkan kinerja. Hasil yang didapatkan yaitu nilai sig < alpha (0,05). Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai kepuasan pelanggan berdasarkan kinerja dinyatakan valid.

**Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kuesioner
Mengenai kepuasan pelanggan berdasarkan harapan**

Pernyataan	Sig	Alpha (0.05)	Simpulan
Butir 1	0,000	0,05	Valid
Butir 2	0,000	0,05	Valid
Butir 3	0,000	0,05	Valid
Butir 4	0,000	0,05	Valid
Butir 5	0,000	0,05	Valid
Butir 6	0,000	0,05	Valid
Butir 7	0,000	0,05	Valid
Butir 8	0,000	0,05	Valid
Butir 9	0,000	0,05	Valid
Butir 10	0,000	0,05	Valid

Butir 11	0,000	0,05	Valid
Butir 12	0,000	0,05	Valid
Butir 13	0,000	0,05	Valid
Butir 14	0,000	0,05	Valid
Butir 15	0,000	0,05	Valid
Butir 16	0,000	0,05	Valid
Butir 17	0,000	0,05	Valid
Butir 18	0,000	0,05	Valid
Butir 19	0,000	0,05	Valid
Butir 20	0,000	0,05	Valid
Butir 21	0,000	0,05	Valid
Butir 22	0,000	0,05	Valid
Butir 23	0,000	0,05	Valid
Butir 24	0,000	0,05	Valid
Butir 25	0,000	0,05	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang mengenai mengenai kepuasan pelanggan atas pelayanan berdasarkan harapan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $Sig < \alpha (0.05)$. Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai mengenai kepuasan pelanggan berdasarkan harapan adalah valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji realibilitas terhadap masing-masing instrumen variabel mengenai kepuasan konsumen berdasarkan harapan dan kinerja menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program IBM SPSS 20. Hasil uji realibilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.11 Daftar Interpretasi Koefisien

Koefisien r	Realibilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang / Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2008 : 87)

Berdasarkan tabel 4.11 ketentuan reliable diatas, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut :

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien alpha chronbach	Koefisien r	Simpulan
Konsep Harapan	0,940	0,8000 – 1,000	Sangat Tinggi
Konsep Kinerja	0,977	0,8000 – 1,000	Sangat Tinggi

Sumber : Data diolah pada tahun 2018

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.12 nilai cronbach's alpha sebesar 0,940 nilai untuk kepuasan pelanggan berdasarkan harapan dengan tingkat reliabel sangat tinggi. Nilai 0,977 untuk konsep kinerja dengan tingkat reliabel sangat tinggi.

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Importance Performance Analysis (IPA)

Pada analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa Whiz Prime Hotel Bandar Lampung dapat diketahui sampai sejauh mana tingkat kinerja atau pelaksanaan variabel yang dibahas dapat memenuhi kebutuhan atau harapan dari konsumen. Variabel yang dibahas adalah indikator dari pelayanan yaitu: *tangible*, *reliability*, *emphaty*, *responsiveness*, dan *assurance*. Langkah untuk mencari nilai rata-rata setiap atribut yaitu didapatkan dari nilai / jawaban responden dari setiap indikator dikalikan dengan nilai dari skala likert : Untuk harapan TH (1), KH (2), CH (3), H (4) dan SH (5) dan untuk kinerja TP (1),KP (2),CP (3),P (4),SP (5). Kemudian hasil perkalian jawaban responden dengan skor dari tiap skala dijumlahkan dan kemudian dibagi dengan banyaknya sampel dalam penelitian sehingga didapatkan nilai rata-rata untuk variabel harapan.

Table 4.13 Hasil Rata-Rata Nilai dari Atribut Kinerja

Indikator	Jumlah Skor Jawaban					Total	Rata-rata
	TP (1)	KP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)		
T1	0	2	11	29	58	443	4,43
T2	0	3	29	30	38	403	4,03
T3	1	0	16	40	43	424	4,24
T4	0	6	29	33	32	391	3,91
T5	1	10	23	35	31	385	3,85
T6	1	5	15	38	41	413	4,13
T7	1	7	18	40	34	399	3,99
T8	0	4	14	37	45	423	4,23
T9	0	5	8	24	63	445	4,45
Relia1	2	7	21	39	31	390	3,90
Relia2	0	4	22	34	40	410	4,10

Relia3	0	6	22	37	35	401	4,01
Relia4	0	3	15	39	43	422	4,22
Relia5	0	4	10	30	56	438	4,38
Relia6	0	2	12	34	52	436	4,36
Ress1	0	2	11	40	47	432	4,32
Ress2	0	1	8	31	60	450	4,50
Ress3	0	4	8	27	61	445	4,45
Ress4	0	0	11	30	59	448	4,48
Ass1	1	2	21	38	38	410	4,10
Ass2	0	2	13	36	49	432	4,32
Ass3	2	6	16	33	43	409	4,09
E1	0	5	16	31	48	422	4,22
E2	0	10	22	34	34	392	3,92
E3	0	4	17	37	42	417	4,17

Sumber: Data diolah,2018.

Berdasarkan tabel 4.13 hasil analisis dari 100 konsumen. Nilai tertinggi atribut kepentingan pada indikator *responsivness* sebesar 4,50. hal ini disebabkan karena konsumen merasa bahwa indikator *responsivness* merupakan hal yang sangat penting, karena pelayanan dalam merespon keluhan dari para pelanggan, menjawab pertanyaan serta bersikap ramah dan sopan terhadap pelanggan merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Table 4.14 Hasil Rata-Rata Nilai dari Atribut Harapan

Indikator	Jumlah Skor Jawaban					Total	Rata-rata
	TH (1)	KH (2)	CH (3)	H (4)	SH (5)		
T1	2	7	16	24	51	415	4,15
T2	2	7	33	28	30	377	3,77
T3	5	9	26	29	31	372	3,72

T4	5	7	21	41	26	376	376
T5	2	7	32	33	26	374	3,74
T6	4	9	21	34	32	381	3,81
T7	5	10	30	29	26	361	3,61
T8	4	4	24	32	36	392	3,92
T9	4	5	18	31	42	402	4,02
Relia1	5	15	30	30	20	345	3,45
Relia2	4	5	20	31	40	398	3,98
Relia3	5	3	24	26	42	397	3,97
Relia4	3	5	18	34	40	403	4,03
Relia5	4	7	16	35	38	396	3,96
Relia6	4	4	21	30	41	400	4,00
Ress1	2	8	18	38	34	394	3,94
Ress2	3	7	22	27	41	396	3,96
Ress3	4	5	21	36	34	391	3,91
Ress4	3	6	19	35	37	397	3,97
Ass1	4	13	24	29	30	368	3,68
Ass2	3	7	21	32	37	393	3,93
Ass3	3	5	21	32	39	399	3,99
E1	4	7	26	26	37	385	3,85
E2	4	10	31	27	28	365	3,65
E3	3	8	28	31	30	377	3,77

Sumber: Data diolah,2018

Berdasarkan tabel 4.14 hasil analisis dari 100 konsumen, nilai rata-rata tertinggi atribut kinerja pada indikator *tangible* sebesar 4,15 hal ini disebabkan karena konsumen merasa bahwa indikator *tangible* merupakan hal yang sangat penting, karena penampilan/kemampuan, sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat di andalkan merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Setelah mendapatkan nilai rata-rata tingkat harapan dan tingkat kinerja masing-masing variabel, langkah selanjutnya adalah memplotkan nilai-nilai tersebut ke dalam diagram kartesius. Berikut ini merupakan skor rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja secara keseluruhan.

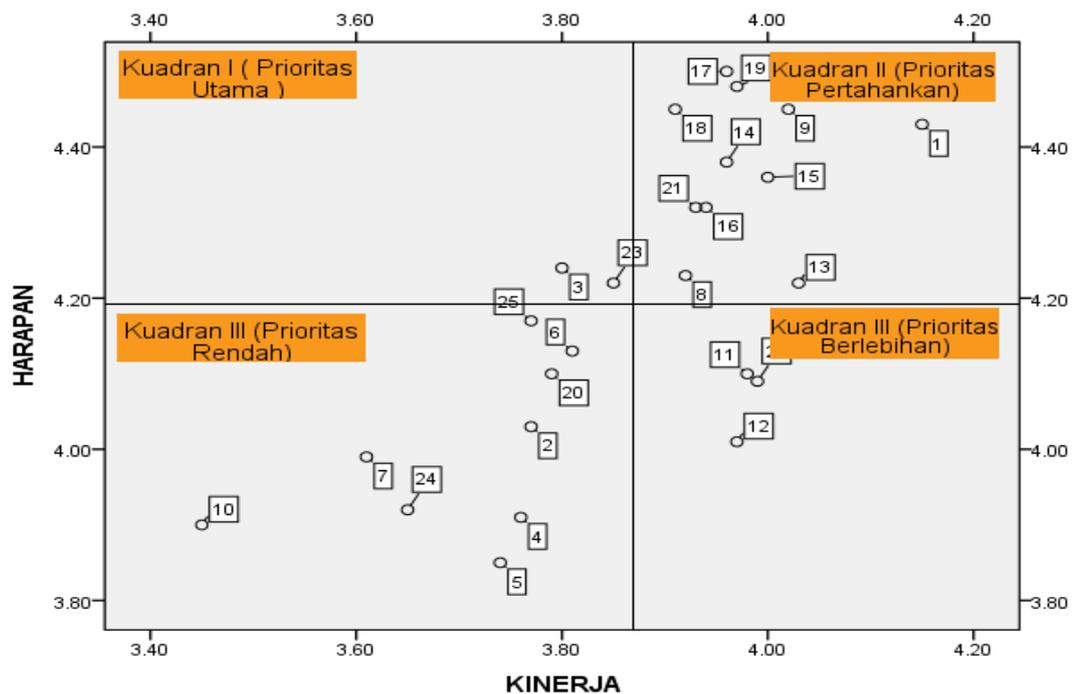
Tabel 4.15 Skor Rata-Rata Secara Keseluruhan

Indikator	Rata – Rata	
	Harapan	Kinerja
T1	4,15	4,43
T2	3,77	4,03
T3	3,80	4,24
T4	3,76	3,91
T5	3,74	3,85
T6	3,81	4,13
T7	3,61	3,99
T8	3,92	4,23
T9	4,02	4,45
Relia1	3,45	3,90
Relia2	3,98	4,10
Relia3	3,97	4,01
Relia4	4,03	4,22
Relia5	3,96	4,38
Relia6	4,00	4,36
Ress1	3,94	4,32
Ress2	3,96	4,50
Ress3	3,91	4,45
Ress4	3,97	4,48
Ass1	3,79	4,10
Ass2	3,93	4,32

Ass3	3,99	4,09
E1	3,85	4,22
E2	3,65	3,92
E3	3,77	4,17
Rata-rata	3,87	4,19

Sumber: Data diolah,2018

Penempatan posisi masing-masing dapat dilihat pada diagram kartesius. Diagram kartesius dibagi menjadi empat kuadran dengan garis tengah pembagi berdasarkan nilai rata-rata tingkat harapan (Y) yaitu sebesar 3,87 dan nilai total rata-rata tingkat kinerja(X) yaitu sebesar 4,19.



Gambar 4.1 Diagram Kartesius

Sumber: Data diolah,2018

1) Kuadran I (Prioritas Utama)

Variabel-variabel pada kuadran I perlu mendapat prioritas utama untuk ditangani terlebih dahulu. Atribut-atribut inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan Whiz Prime Hotel Bandar Lampung tetapi tingkat pelayanan yang diberikan masih belum memuaskan. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- a. Sarana ruang hotel (3)
- b. Perhatian karyawan (23).

2) Kuadran II (Prioritas Pertahankan)

Atribut atau indikator yang berada di kuadran ini harus bias dipertahankan oleh Whiz Prime Hotel Bandar Lampung, karena tingkat pelaksanaannya atau kualitas pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan Whiz Prime Hotel Bandar Lampung maka jasa Whiz Prime Hotel Bandar Lampung harus dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah ada. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- a. Respon Customer Service (17)
- b. Pelayanan pelanggan (19)
- c. Keramahan dan kesopanan karyawan (18)
- d. Pelayan tepat waktu (14)
- e. Sarana toilet (9)
- f. Kebersihan ruangan (1)
- g. Handling komplain (15)
- h. Perilaku karyawan (21)
- i. Respon pelayanan (16)
- j. Pelayan melayani kepentingan pelanggan (13)
- k. Akses Internet (8)

3) Kuadran III (Prioritas Rendah)

Menunjukkan bahwa atribut atau indikator yang berada di kuadran ini dinilai kurang penting atau berprioritas rendah oleh pelanggan Whiz Prime Hotel Bandar Lampung, tetapi tingkat pelayanan yang diberikan baik. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- a. Waktu kerja layanan (25)
- b. Sarana parkir (6)
- c. Kompetensi karyawan bidangnya (20)
- d. Tata letak ruang (2)
- e. Dukungan karyawan terhadap permintaan pelanggan (24)
- f. Sarana lobi (7)
- g. Pelayan melayani pelanggan (10)
- h. Kondisi tv (5)
- i. Kondisi ruang kamar (4)

4) Kuadran IV (Prioritas Berlebihan)

Atribut atau indikator yang berada di kuadran ini dinilai tidak penting oleh pelanggan Whiz Prime Hotel Bandar Lampung, tetapi perusahaan memberikan pelayanan yang lebih dan memuaskan sehingga dianggap berlebihan oleh konsumen.

- a. Pelayanan secara objektif (11)
- b. Pelayanan sesuai SOP hotel (12)
- c. Prosedur hotel mudah digunakan(22).

4.3.2 Customer Satisfaction Index (CSI)

Perhitungan dalam *customer satisfaction index* mempertimbangkan nilai harapan suatu atribut dalam menentukan tingkat kepuasan atribut tersebut yang nantinya akan berpengaruh pada tingkat kepuasan yang menggunakan pelanggan Whiz Prime Hotel Bandar Lampung. Untuk mengukur nilai kepuasan pelanggan Whiz Prime Hotel Bandar Lampung

menggunakan formula *Customer Satisfaction Index* (CSI), adalah sebagai berikut:

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS).

Nilai ini berasal dari rata-rata tingkat kepentingan tiap konsumen :

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Dimana :

n = jumlah konsumen

Yi = Nilai Kepentingan Atribut X ke-I

Besarnya jumlah responden yang diambil adalah sebanyak 100 konsumen. Dari setiap komponen butir pertanyaan akan diberi skor dengan skala 1 – 5 dimana:

1 = Tidak Mengharapkan	1 = Tidak Puas
2 = Kurang Mengharapkan	2 = Kurang Puas
3 = Cukup Mengharapkan	3 = Cukup Puas
4 = Mengharapkan	4 = Puas
5 = Sangat Mengharapkan	5 = Sangat Puas

Tabel 4.16 Mean Importance Score (MIS) Harapan

Indikator	Jumlah Skor Jawaban					Total	Rata-rata
	TH (1)	KH (2)	CH (3)	H (4)	SH (5)		
T1	2	7	16	24	51	415	4,15
T2	2	7	33	28	30	377	3,77
T3	5	9	26	29	31	372	3,72
T4	5	7	21	41	26	376	3,76
T5	2	7	32	33	26	374	3,74

T6	4	9	21	34	32	381	3,81
T7	5	10	30	29	26	361	3,61
T8	4	4	24	32	36	392	3,92
T9	4	5	18	31	42	402	4,02
Relia1	5	15	30	30	20	345	3,45
Relia2	4	5	20	31	40	398	3,98
Relia3	5	3	24	26	42	397	3,97
Relia4	3	5	18	34	40	403	4,03
Relia5	4	7	16	35	38	396	3,96
Relia6	4	4	21	30	41	400	4,00
Ress1	2	8	18	38	34	394	3,94
Ress2	3	7	22	27	41	396	3,96
Ress3	4	5	21	36	34	391	3,91
Ress4	3	6	19	35	37	397	3,97
Ass1	4	13	24	29	30	368	3,68
Ass2	3	7	21	32	37	393	3,93
Ass3	3	5	21	32	39	399	3,99
E1	4	7	26	26	37	385	3,85
E2	4	10	31	27	28	365	3,65
E3	3	8	28	31	30	377	3,77
Total							96,54

Sumber: Data diolah,2018

Tabel 4.17 Mean Importance Score (MIS) Kinerja

Indikator	Jumlah Skor Jawaban					Total	Rata-rata
	TP (1)	KP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)		
T1	0	2	11	29	58	443	4,43
T2	0	3	29	30	38	403	4,03
T3	1	0	16	40	43	424	4,24

T4	0	6	29	33	32	391	3,91
T5	1	10	23	35	31	385	3,85
T6	1	5	15	38	41	413	4,13
T7	1	7	18	40	34	399	3,99
T8	0	4	14	37	45	423	4,23
T9	0	5	8	24	63	445	4,45
Relia1	2	7	21	39	31	390	3,90
Relia2	0	4	22	34	40	410	4,10
Relia3	0	6	22	37	35	401	4,01
Relia4	0	3	15	39	43	422	4,22
Relia5	0	4	10	30	56	438	4,38
Relia6	0	2	12	34	52	436	4,36
Ress1	0	2	11	40	47	432	4,32
Ress2	0	1	8	31	60	450	4,50
Ress3	0	4	8	27	61	445	4,45
Ress4	0	0	11	30	59	448	4,48
Ass1	1	2	21	38	38	410	4,10
Ass2	0	2	13	36	49	432	4,32
Ass3	2	6	16	33	43	409	4,09
E1	0	5	16	31	48	422	4,22
E2	0	10	22	34	34	392	3,92
E3	0	4	17	37	42	417	4,17
Total							104,80

Sumber: Data diolah,2018

Tabel 4.18 Perhitungan *Weight Score*

Indikator	Weighted Factors (WF)	Mean Satisfaction Score (MSS)	Weighted Score (WS)
T1	0,043	4,43	0,190
T2	0,039	4,03	0,157
T3	0,039	4,24	0,163
T4	0,039	3,91	0,152
T5	0,039	3,85	0,149
T6	0,039	4,13	0,163
T7	0,037	3,99	0,149
T8	0,041	4,23	0,172
T9	0,042	4,45	0,185
Relia1	0,036	3,90	0,139
Relia2	0,041	4,10	0,169
Relia3	0,041	4,01	0,165
Relia4	0,042	4,22	0,176
Relia5	0,041	4,38	0,180
Relia6	0,041	4,36	0,181
Ress1	0,041	4,32	0,176
Ress2	0,041	4,50	0,185
Ress3	0,041	4,45	0,180
Ress4	0,041	4,48	0,184
Ass1	0,038	4,10	0,156
Ass2	0,041	4,32	0,176
Ass3	0,041	4,09	0,169
E1	0,040	4,22	0,168
E2	0,038	3,92	0,148
E3	0,039	4,17	0,163
Total			4,198

1. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI) yaitu :

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} \times 100\%$$

Dimana:

p = Atribut kepentingan ke p

HS = (Highest Scale)Skala maksimum yang digunakan (skala 5)

$$CSI = \frac{\text{WeightAverage}}{\text{Highest Scale}} \times 100\% = \frac{4,198}{5} \times 100\% =$$

83,95

Tabel 4.19
Kriteria *Customer Satisfaction Index*

Nilai Index (%)		Keterangan	
84	100	Sangat Puas	>84%
68	83	Puas	68-83
52	67	Cukup Puas	52-67
36	51	Kurang Puas	36-51
20	35	Tidak Puas	<35

Sumber: M.Ariza Eka Yusendra (2016).

Berdasarkan hasil penelitian kepuasan pelanggan Whiz Prime Hotel dapat diketahui bahwa nilai *customer satisfaction index* (CSI) adalah sebesar 83,95%. Jika didasarkan pada indeks kepuasan pelanggan maka nilai 83,95 berada pada range 68-83. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum indeks kepuasan pelanggan untuk atribut-atribut yang diuji pada kriteria puas, artinya kinerja atau kualitas pelayanannya telah sesuai dengan harapan pelanggan Hotel Whiz Prime.

4.4. Pembahasan

4.4.1 Hasil *Importance Performance Analysis*

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran I menunjukkan atribut yang harus diprioritaskan dan diperbaiki terlebih dahulu di Hotel Whiz Prime yaitu Sarana ruang hotel dan perhatian karyawan, Atribut – atribut ini dianggap penting karena kedua atribut tersebut merupakan faktor utama yang ditawarkan oleh perusahaan jasa hotel dan ketika pelanggan telah memilih sebuah jasa hotel berarti mereka mengharapkan sesuatu yang lebih dari hotel tersebut karena perlu diingat salah satu sifat jasa adalah tidak berwujud sehingga harus diketahui untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pelanggan, kualitas jasa hotel harus didukung dengan sarana dan prasarana yang menjadi standar bagi perusahaan terkait. Maka dari itu atribut-atribut yang masuk kedalam kuadran I perlu segera dilakukan perbaikan guna untuk menunjang kualitas pelayanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Kuadran II (Prioritas Pertahankan)

Kuadran II menunjukkan untuk atribut yang harus dipertahankan oleh Hotel Whiz Prime adalah respon customer service, pelayanan pelanggan, keramahan dan kesopanan karyawan, pelayanan tepat waktu, sarana toilet, kebersihan ruangan, perilaku karyawan, pelayan melayani kepentingan pelanggan dan akses internet, atribut-atribut tersebut perlu dipertahankan oleh Hotel Whiz Prime karena tingkat pelaksanaannya atau kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Whiz Prime telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan dan jika perlu bisa lebih ditingkatkan lagi untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran III menunjukkan yaitu waktu kerja layanan, sarana parkir, kompetensi karyawan pada bidangnya, tata letak ruang, dukungan

karyawan terhadap permintaan pelanggan, sarana lobi, kondisi televisi dan kondisi ruang kamar, atribut – atribut pada kuadran III dinilai kurang penting atau berprioritas rendah oleh pelanggan Hotel Whiz Prime, karena sebenarnya para pelanggan sudah menyadari bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel sudah cukup baik sehingga pelanggan sudah merasa cukup puas, akan tetapi atribut-atribut didalam kuadran ini dapat ditindak lanjuti untuk kedepannya.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran IV menunjukkan atribut yang dianggap tidak terlalu penting yaitu pelayanan secara objektif dan prosedur hotel mudah digunakan, atribut-atribut didalam kuadran IV dianggap tidak terlalu penting karena pelayanan tersebut dianggap sudah melampaui harapan pelanggan, walaupun sebenarnya pelanggan tidak terlalu menuntut layanan kedua atribut tersebut, karena kedua atribut tersebut sudah sesuai dengan ketentuan yang ada. Sehingga atribut-atribut ini tidak perlu dibenahi karena dianggap sudah memuaskan pelanggan Hotel Whiz Prime.

4.4.2 Hasil *Customer Satisfaction Index*

Nilai *customer satisfaction index* (CSI) adalah sebesar 83,95%. Jika didasarkan pada indeks kepuasan pelanggan maka nilai 83,95% berada pada range 68-83. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum indeks kepuasan pelanggan untuk atribut-atribut yang diuji pada kriteria puas, artinya kinerja atau pelayanan yang diberikan oleh Hotel Whiz Prime telah memenuhi harapan pelanggan.