

---

## ANALISIS TINGKAT PELAYANAN HOTEL DALAM • MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN HOTEL TOPAS GALERIA BANDUNG

Oleh ;

**Arni Kurniati**

### **ABSTRACT**

*This research titled influence Analysis quality of service of hotel for the satisfaction of customer at Topas Galleria hotel in Bandung.*

*The data are used primary data that collected from the results of the questionnaires to 68 customer who had been staying at Topas Galleria hotel. The sampling technique is used in Probability Sampling with simple random method. Results of data analyzed with the Servqual ms to measure the rate of 5 dimensions of service quality hotelsto give provide to customer satisfaction.*

*The analysis showed that the rate of Tangible 82,021% , Reliability 76,549% , Responsiveness 81,949% , Assurance 81,761% , and Emphaty 75,544%. So the conclusion of research of Hotel Topas Galleria service has given satisfaction of customers.*

*Keywords : Service quality of Hotel, Satisfaction of customers.*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul Analisis Tingkat Pelayanan Hotel Dalam Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Hotel Topas Galeria Bandung.

Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan dari hasil penyebaran Kuesioner ( angket terhadap 68 pelanggan yang telah menginap di hotel Topas Galeria Bandung. Teknik sampling yang digunakan secara Probability Sampling dengan metode acak sederhana. Hasil data dianalisis dengan metode Servqual dengan mengukur tingkat 5 dimensi kualitas pelayanan Hotel yang memberikan kepuasan pelanggan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa tingkat Wujud Hotel sebesar 82,021%, Keandalan 76,549%, Daya tanggap 81,949%, Kepastian 81,761% dan Empati 75,544%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Hotel Topas Galeria dinilai baik dimana pelayanan Hotel telah memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Kata Kunci : Pelayanan Hotel, Kepuasan Pelanggan Hotel.

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu industri yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dan memperluas kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dapat mengaktifkan produksi lain di dalam suatu negara penerima wisatawan. Pariwisata tergolong industri yang cukup kompleks karena meliputi industri-industri dalam arti yang klasik misalnya industri kerajinan atau industri cinderamata dan berhubungan dengan penginapan dan transportasi secara ekonomi juga dipandang sebagai suatu industri.

Selain memberikan pelayanan perhotelan juga membantu pembangunan ekonomi dan kebudayaan Indonesia antara lain dengan cara :

- Menghasilkan devisa
- Membuka kesempatan lapangan kerja
- Persahabatan antar bangsa
- Memperkenalkan bangsa pada taraf hidu yang lebih tinggi
- Menyediakan wadah bagi tempat pertukaran kebudayaan.

Dampak dari krisis yang berkepanjangan dengan segala implikasinya yang melanda tanah air telah nyata berimbas pada sektor pariwisata, ditambah lagi dengan faktor keamanan yang akhir-akhir ini bertambah buruk akibat banyaknya aksi teror bom. Pada tahun 1998 jumlah Wisman kenaikannya negatif mencapai -18%. Berkurangnya tingkat perjalanan wisata berdampak terhadap menurunnya pengunjung/pengguna jasa Hotel. Bahkan telah banyak Hotel-hotel yang terpaksa menghentikan operasional kerjanya, atau paling tidak untuk sementara sampai kondisi membaik. Hal ini karena pendapatan yang diperoleh tidak dapat menutupi biaya operasional dan pemeliharaan Hotel dan usaha-usaha lainnya seperti ; restoran, sarana rekreasi dan lain-lain.

Dalam rangka melayani kunjungan wisatawan ke Jawa Barat masyarakat usaha pariwisata pada tahun 2001 telah menyediakan Hotel-hotel dan penginapan. Untuk Hotel yang berbintang terdapat 119 hotel, dimana

hotel berbintang 3 ( tiga) sebanyak 35 hotel dengan jumlah kamar 3008 kamar. Hal ini menimbulkan persaingan yang ketat untuk menarik para wisatawan yang berkunjung ke Bandung.

Namun pada tahun 2000 hasil devisa dari sektor pariwisata di Indonesia telah mencapai USD 5,7 milyar dari 5,06 juta orang Wisman dan 126,13 juta orang Wisnus. Kedua terbesar setelah penghasilan devisa dari industri minyak dan produk lainnya serta dapat mengungguli penghasilan devisa dari sumber industri unggulan lainnya (Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2001). Jumlah kunjungan Wisman dan Wisnus dari tahun 1999 sampai dengan 2000 di Propinsi Jawa Barat sendiri mengalami peningkatan. Untuk Wisman tahun 1999 (303 244 orang) dan tahun 2000 (369 001 orang) dan untuk Wisnus tahun 1999 ( 15 774 351 orang) dan tahun 2000 (34 069 642 orang) (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Jawa Barat, 2001).

Dalam rangka melayani kunjungan wisatawan ke Jawa Barat masyarakat usaha pariwisata pada tahun 2001 telah menyediakan Hotel-hotel dan penginapan semaksimal mungkin. Untuk Hotel yang berbintang terdapat 119 hotel, dimana hotel berbintang 3 (tiga) sebanyak 35 hotel dengan jumlah kamar 3008 kamar. Hal ini menimbulkan persaingan yang ketat untuk menarik para wisatawan yang berkunjung ke Bandung.

Bentuk persaingan di sektor perhotelan mulai bergeser dari persaingan berbasis keunggulan komparatif ke keunggulan kompetitif dengan intensitas dan kemampuan bersaing secara efektif Pergeseran tersebut diakibatkan tidak saja oleh perubahan dari kondisi "Sellers Market" kearah "Buyers Market" namun juga akibat dari sistem perekonomian yang semakin terbuka serta pengaruh globalisasi dari segala macam aspek termasuk informasi, teknologi, ekonomi, sosial budaya dan sebagainya semakin sulit dibendung.

Perkembangan sektor perekonomian diharapkan dapat menarik minat para pengusaha / investor, sedangkan sekto

pariwisata diharapkan dapat menarik para wisatawan dan jaminan keamanan membua para pengunjung hotel maupun wisatawan merasa lebih nyaman dalam menikmati kunjungannya. Saat ini adalah menjadi langkah awal lagi bagi negara kita untuk lebih meningkatkan ketiga sektor di atas. Berarti bagi industri perhotelan merupakan suatu kondisi dimana mereka harus bekerja lebih keras lagi untuk dapat membangun kembali usaha mereka.

## II. METODE PENELITIAN

### 2.1. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Hotel Topas Galeria Bandung, yang merupakan perusahaan yang bergerak dalam jasa perhotelan. Hotel Topas Galeria diambil sebagai objek dalam penelitian ini karena dinilai mempunyai potensi untuk meningkatkan pendapatnya dari hasil sewa kamar dan fasilitas lain yang dikelolanya. Hotel ini terletak di lokasi yang sangat strategis yaitu di jalan Doktor Djundjungan No. 153 Bandung, di Jalan Raya 500 meter dari gerbang tol Pasteur yang menjadi jalur utama bagi turis lokal maupun domestik dari Jakarta ke Bandung dan sebaliknya.

Hotel Topas Galeria Bandung berdiri pada tanggal 14 September 1994, pada awalnya bernama Topas Galeria Hotel dengan jumlah kamar 105 unit. Hotel ini didirikan dan dimiliki oleh putera daerah yaitu keluarga Soemali dengan badan hukumnya PT. Mustika Sangkuriang Wisata. Arti kata Topas sendiri berasal dari istilah bahasa Sunda yaitu Totogan Pasteur. Hotel ini bernuansa seni dipadukan dengan unsur bisnis dan galeri sehingga para tamu yang menginap diharapkan dapat menikmati suasana Bandung Tempo Doeloe. Pada bulan April 1996 manajemen Topas Galeria Hotel bergabung dengan Sahid International Management & Consultant (SIHM & C), dimana grup Sahid hanya sebagai operatornya saja (pengelola) tanpa

menanamkan modalnya. Nama hotel pun menjadi Sahid Topas Galeria Hotel.

Pada bulan Agustus 1996 PT. Mustika Sangkuriang Wisata sebagai pemilik hotel melepas sebagian sahamnya kepada Dana Pensiun TELKOM untuk meningkatkan dan memperkuat struktur modalnya. Sejak saat itu kepemilikan dari PT. Mustika Sangkuriang Wisata adalah selain keluarga Soemali juga Dana Pensiun Telkom yang saat ini sebagai pemegang saham mayoritas.

Pada bulan September 1999, hotel Melepaskan diri dari kerjasamanya dengan Sahid International Management & Consultant dan nama hotel menjadi Topas Galeria Hotel. Selanjutnya pada September 2000 Bank BNI masuk pula sebagai pemegang saham sehingga kepemilikan dari PT. Mustika Sangkuriang Wisata berubah kembali menjadi tiga pihak yaitu Dana Pensiun Telkom sebagai pemegang saham mayoritas, Bank BNI dan Krisnadi Soemali. Struktur Organisasi Hotel Topas Galeria terdapat di lampiran.

Fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh Hotel Topas Galeria adalah : Guest room sebanyak 105 kamar, terdiri dari 3 Suite room, 36 Deluxe room dan 66 Superior room, Function room terdiri dari Grand kiara dengan kapasitas maksimum 150 orang, dan Grand cempaka dengan kapasitas maksimum 300 orang, Topas Cafe, Gallery, Ayame Restaurant (Restoran Jepang), Java Spa dan Live Music.

Hotel Topas Galeria adalah salah satu hotel berbintang 3 di Bandung yang telah berusaha meningkatkan pendapatan usaha dengan melakukan promosi. Sampai saat ini dari hasil penjualan fasilitas kamar diperoleh room occupancy 70 %, sedangkan yang ditargetkan 73 % dari 105 kamar yang tersedia. Selain itu Hotel Topas Galeria juga berusaha untuk menaikkan kelas dari berbintang 3 menjadi bintang 4. Salah satu usahanya adalah meningkatkan kualitas dan kelengkapan fasilitas hotel yang bersangkutan. Sehingga dapat memberikan kepuasan pelanggannya secara maksimal.

Dalam penelitian ini Peneliti mengamati dan menilai kualitas jasa yang

telah diberikan pihak Hotel dalam memenuhi Kepuasan pelanggan baik yang lama maupun yang baru, yang pernah berkunjung dan menginap di Hotel Topas Galeria Bandung. Sebagaimana yang dituangkan dalam beberapa teori bahwa jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud, yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen/pelanggan. Dalam proses produksinya, suatu jasa dapat menggunakan fisik maupun tidak. Dalam mengkonsumsi jasa tidak mengakibatkan peralihan fisik. Yang diperoleh dari jasa adalah manfaat waktu, tempat asal atau manfaat psikologi.

## 2.2 Metode Penelitian

### 1. Waktu dan Tempat

Penelitian ini telah dimulai dari perencanaan sampai pelaporan hasil penelitian yaitu dari bulan Agustus sampai dengan Desember tahun 2003. Pengumpulan data dilakukan di Hotel Topas Galeria Bandung Jalan Dr\_-11 Djundjuran No. 153 Bandung dari bulan September sampai Oktober tahun 2003. Bagan struktur organisasi Hotel Topas Galeria Bandung mengikuti bentuk horizontal dimana setiap manajer pada masing-masing departemen terletak sejajar menunjukkan mereka mempunyai hak dan kewajiban yang sama di bawah general manager seperti terlihat pada lampiran struktur organisasi Hotel Topas Galeria Bandung.

### 2. Populasi, Sampel dan Sampling.

#### a. Populasi.

Populasi data adalah seluruh pengunjung dan pelanggan yang datang dan menginap di Hotel Topas Galeria dan data-data.

#### b. Sampel.

Data sampel diambil dari populasi, untuk kepuasan pelanggan sebanyak 6 responden yaitu pengunjung dan pelanggan lama maupun baru yang menginap di Hotel Topas Galeria dari bulan Agustus sampai Oktober tahun 2003.

#### c. Sampling

Teknik penarikan sampel untuk kepuasan pelanggan yang diambil dari populasi untuk kepuasan pelanggan secara simple random sampling yaitu memilih sampel secara acak dari seluruh tamu dan pelanggan yang mengunjungi atau menginap di Hotel Topas Galeria Bandung dari bulan Agustus sampai Oktober. Para pelanggan hotel dibagikan Angket baik secara langsung ditemui oleh peneliti sendiri dan dikirim ke kamar yang mereka sewa.

### 3. Desain Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan dengan menggunakan desainnya adalah eksperimen yaitu melakukan survey ke tempat penelitian di Hotel Topas Galeria Bandung dan ex-post facto (penyelidikan secara empiris yang sistematis dimana dalam hal ini peneliti mengamati akibat kemudian mencoba untuk menentukan penyebabnya). Dalam penelitian ini aspek-aspek yang diteliti antara lain Kepuasan pelanggan baik yang lama maupun yang baru yang pernah mengunjungi dan menginap selama beberapa hari di Hotel Topas Galeria Bandung.

### 4. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah daftar angket (kuesioner), kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan yang akan direspon oleh tamu hotel sesuai dengan apa yang dialaminya. Penilaian dari pelanggan dinyatakan secara skor dimana skor dimulai dari yang terendah sampai yang tertinggi adalah 1 sampai 5. Untuk keperluan analisis kepuasan pelanggan kuesioner terdiri dari 5 bagian dimensi yaitu Tangible (berwujud), Reliability (Keandalan), Responsiveness (Daya tanggap), Assurance (Kepastian), dan Emphaty (Empati). Selain itu untuk wawancara dengan kepala personalia dan manager pemasaran hotel memakai alat tulis dan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas dalam laporan penelitian ini.

Hal ini mengacu dari teori yang diungkapkan oleh Kotler ( 2000) bahwa 5 faktor dominan atau penentu kualitas jasa yaitu :

- a. Reliability kehandalan yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, konsisten dan kesesuaian pelayanan.
- b. Responsiveness ( daya tanggap ) yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan konsumen.
- c. Assurance ( kepastian yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.
- d. Empathy empati yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada langganan. Misalnya karyawan atau pengusaha harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusi untuk mencapai persetujuan yang harmonis dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus.
- e. Tangible berwujud yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi.

Peneliti membuat daftar angket berdasarkan teori dan penilaian-penilaian secara standar dari dimensi terhadap sebuah Hotel. Setiap pelanggan diminta untuk mengisi daftar angket seperti di bawah ini :

**DAFTAR PERTANYAAN UNTUK PELANGGAN/TAMU HOTEL TOPAS GALERIA BANDUNG**

No ;  
 Nama Pelanggan ;  
 Tamu ; (Bila Bapak/Tbu/Sdr. Tidak keberatan menuliskan nama)  
 Jenis Kelamin ; L/P

Umur ;  
 Tk. Pendidikan ;  
 Pekerjaan ; 1. Pegawai Negeri  
 2. Pegawai Swasta  
 3. Pengusaha/ Pedagang  
 4. Mahasiswa / Pelajar

Alamat ;  
 Keterangan ;

NILAI PERSEPSI NILAI	NILAI HARAPAN Nilai
5 = Sangat puas	5 = Sangat penting
4 = Puas	4 = Penting
3 = Cukup puas	3 = Cukup penting
2 = Kurang puas	2 = Kurang penting
1 = Tidak puas	1 = Tidak penting

Persepsi = Realisasi pelayanan yang telah diberikan oleh Hotel Topas Galeria dalam usaha memenuhi harapan pelanggan.

Harapan = Pelayanan yang diinginkan oleh Pelanggan.

No	Pertanyaan	Nilai persepsi					Nilai harapan				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
I	TANGIBLE BERWUJUD										
1	Lokasi Hotel Topas Galeria										
2	Kelengkapan fasilitas di dalam dan diluar hotel										
3	Kondisi gedung dan peralatan yang disediakan hotel										
4	Kebersihan dan kenyamanan kamar dan fasilitas lainnya										
5	Tata letak interior dan exterior kamar										
6	Penampilan pegawai Hotel										
7	Usaha dalam mempromosikan Hotel										
II	RELIABILITI										



	nyaman sesuai kbutuhan pelanggan								
26	Hotel Topas Galerian mengetahui minat dan kemauan pelanggan								

itu adalah pekerjaan kita untuk dapat memperlakukan pelanggan dimana dapat menguntungkan pelanggan dan juga bagi perusahaan kita.

Kepuasan pelanggan dapat dipenuhi dengan memberikan produk/jasa yang uk Hotel berkualitas. Unt Topas Galeria telah dilakukan penilaian kualitas jasa dengan melihat hasil secara skor dan 68 responders ( pengunjung dan pelanggan hotel pada 5 komponen yaitu ( tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy ).

kepentingan pelanggan (nilai terapan) dan dihitung kinerja perusahaan (nilai persepsi) secara sng tingkat kesesuaian y Tingkat aianna. kesesuaian adalah hasil perbandingan skor persepsi pelanggan dengan skor harapan 100%. Secara rumus ditulis sebagai berikut •  $X_i r, Tki === -- X .1.$   
 $X_i =$  Nilai skor rata-rata dari persepsi A  
 $Y_i =$  Nilai skor rata-rata dari harapan pelanggan

A. Tabel Penilaian Kualitas Jasa

Dari hasil penelitian diperoleh penilaian terhadap 5 komponen yang mencakup fasilitas visual dan pelayanan jasa yang dilaksanakan di Hotel Topas Galeria terhadap para pelanggannya sebanyak 68 orang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3.1.1.**  
**HASIL PENILAIAN TANGIBLE ( BERWUJUD )**  
**DI HOTEL TOPAS GALERIA**

N O	Pertanyaan	Nilai Rata-Rata			%
		Harapan	Persepsi	Gap	
1	Lokasi Hotel Topas Galeria	4,338	3,882	- 0,456	89,488
2	Kelengkapan fasilitas di dalam dan diluar hotel	4,220	3,353	- 0,867	74,455
3	Kondisi gedung dan peralatan yang disediakan hotel	4,191	3,250	- 0,941	77,547
4	Kebersihan dan kenyamanan kamar dan fasilitas lainnya	4,427	3,471	- 0,956	78,405
5	Tata letak interior dan exterior kamar	4,132	,485	- 0,647	84,432
6	Penampilan pegawai Hotel	4,220	3,632	- 0,600	86,066
7	Usaha dalam mempromosikan Hotel	4,103	3,235	- 0,868	78,845
		4,233	3,473	- 0,762	82,021

Selanjutnya data juga dianalisis dengan menggunakan diagram kartesius. Diagram kartesius merupakan suatu diagram yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X, Y) dimana X adalah rata-rata skor persepsi pelanggan dan Yi adalah rata-rata skor harapan pelanggan.

**III. HASIL PENELITIAN DAN INTERPRETASI**

**Deskripsi Dan Analisis Kepuasan Pelanggan**

Pelanggan adalah orang yang paling penting dalam suatu perusahaan. Pelanggan tidak tergantung kepada Idta (Producer), tetapi kita yang tergantung kepadanya. Pelanggan tidak pernah mengganggu pekerjaan kita, sebab dia (Pelanggan) adalah tujuan dari pekerjaan kita. Kita tidak melakukan yang baik dengan melayani dia, tetapi justru pelangganlah yang memberikan kesempatan kepada kita untuk dapat melayani dia. Tidak seorangpun dapat memenangkan apabila berargumentasi dengan pelanggan, sebab, pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada pemenuhan kebutuhannya. Oleh karen

Dari hasil penelitian diperoleh penilaian terhadap tangible yaitu persentase perbandingan antara persepsi dengan harapan pelanggan yang lebih baik adalah pada lokasi hotel ( 89,488 % ), penampilan pegawai hotel (86,066 %) dan tata letak interior dan eksterior kamar (84,342%) dibandingkan dengan kelengkapan fasilitas di dalam dan di luar hotel (79,455%), usaha dalam mempromosikan hotel (78,845 %), kebersihan dan kenyamanan kamar dan fasilitas lainnya (78,405 %) dan kondisi gedung dan peralatan yang disediakan hotel (77,547 %).

**Tabel 3.1.2**  
**HASIL PENILAIAN REABILITY (**  
**KEANDALAN )**  
**DI HOTEL TOPAS GALERIA**

N O	Pertanyaan	Nilai Rata-Rata			%
		Harapan	Persepsi	Gap	
1	Ketetapan Hotel Tapos Galeria dalam memenuhi janji	4,455	3,500	- 0,955	78,563
2	Keccepatan petugas mengelola transaksi dan pelayanan kbeutuhan anda	4,455	3,588	- 0,867	80,539
3	Kesesungguhan dan kemampuan petugas Hotel Tapos Galeria melayani dan memecahkan masalah	4,338	3,338	- 1,000	76,948
4	Kerapihan penyajian makanan dan minman	4,264	3,206	- 1,058	75,188
5	Cita rasa dari makanan dan minman	4,380	3,132	- 1,248	71,507
		4,378	3,353	- 1,026	76,549

Dari hasil penelitian diperoleh penilaian terhadap reliable yaitu persentase perbandingan antara persepsi dengan harapan pelanggan yang lebih baik adalah pada kecepatan petgas mnegelola transaksi dan

peayanan kbutuhan pelanggan ( 80,539 % ),dibandingkan dengan pnilaian terhadap ketepatan Hotel Toas Galeria dalam memenuhi janji (78,563 %) kesungguhan dan kemampuan petugas hotel dalam melayani dan memecakan masalah (76,948%) , kerapihan neyajian makanan dan minman (79,455%),

**Tabel 3.1.3**  
**HASIL PENILAIAN RESPONSIVENESS (**  
**DAYA TANGGAP)**  
**DI HOTEL TOPAS GALERIA**

N O	Pertanyaan	Nilai Rata-Rata			%
		Harapan	Persepsi	Gap	
1	Sikap dan kesigapan petugas hotel saat anda memerlukan informasi dan penjeasan	4,440	3,750	- 0,690	84,459
2	Kecepatan dan keramahan petugas hotel pada saat menjawab telepon	4,380	3,765	- 0,615	85,959
3	Perhatian dan playanan hotel bila anada mengaukan komplain	4,380	2,228	- 1,042	76,,210
4	Kemampuan petugas menyampaikan dan menjelaskan	4,163	3,338	- 0,825	76,210
5	Kemampuan petugas hotel menjawab pertanyaan	4,220	3,500	0- 0,720	82,938
		4,217	3,358	- 0,778	81,949

Dari hasil penelitian diperoleh penilaian terhadap responsiveness yaitu persentase perbandingan antara persepsi dengan harapan pelanggan yang lebih baik adalah pada kecepatan dan keramahan



petugas hotel pada saat menjawab telepon dari pelanggan (85,959 %), sikap dan kesiapan petugas hotel saat pelanggan memerlukan informasi dan penjelasan (84,459 %), kualitas petugas hotel menjawab pertanyaan pelanggan (82,938%), dan kemampuan petugas menyampaikan dan menjelaskan sesuatu yang berkaitan dengan hotel (80,183 %) dibandingkan dengan penilaian terhadap perhatian dan pelayanan hotel bila pelanggan mengajukan komplain dan kritik (76,210%).

**Tabel 3.1.4**  
**HASIL PENILAIAN ASSURANCE (**  
**KEPASTIAN)**  
**DI HOTEL TOPAS GALERIA**

NO	Pertanyaan	Nilai Rata-Rata			%
		Harapan	Persepsi	Gap	
1	Kesesuaian antara promosi hotel dibandingkan dengan pelayanan hotel	4,426	3,294	- 1,132	74,424
2	Ketulusan petugas hotel meminta maaf kepada anda yang merasa kurang pelayanan	4,323	3,632	- 0,691	84,016
3	Etika petugas hotel dalam berkomunikasi dengan tamu hotel	4,426	3,691	- 0,735	83,394
4	Keramahan, ekspresi, senyum dan memberi sapaan petugas hotel saat bertemu	4,485	3,765	- 0,720	83,947
5	Sikap bersahabat dan menghargai anda dari petugas	4,22	3,765	- 0,573	86,791

6	hotel Karyawan mempunyai pengetahuan yang membantu tentang hotel	4,412	3,441	- 0,971	77,992
		4,402	3,598	- 0,804	81,761

Dari hasil penelitian diperoleh penilaian terhadap assurance yaitu persentase perbandingan antara persepsi dengan harapan pelanggan yang lebih baik pada sikap bersahabat dan menghargai pelanggan dari petugas hotel (86,791), ketulusan petugas hotel meminta maaf kepada pelanggan yang merasa kurang pelayanannya (84,016%), keramahan, ekspresi senyum dan memberi sapaan oleh petugas hotel saat bertemu pelanggan (83,947%) dan etika petugas hotel dalam berkomunikasi dengan tamu hotel (83,394%) dibandingkan dengan penilaian terhadap pengetahuan karyawan tentang hotel (77,992%) dan kesesuaian antara promosi hotel dengan realisasi pelayanan hotel (74,424 %).

NO	Pertanyaan	Nilai Rata-Rata			%
		Harapan	Persepsi	Gap	
1	Hotel Topas Galerien mengerti dan menyediakan kebutuhan khusus pelanggan	4,220	3,206	- 1,014	75,972
2	Hotel Topas Galerien mengerti akan menyediakan waktu yang nyaman sesuai kebutuhan pelanggan	4,161	3,177	- 0,984	76,352
3	Hotel Topas Galerien mengetahui minat dan kemauan pelanggan	4,235	3,147	- 1,088	74,309
		4,405	3,177	- 1,029	75,544

terhadap empaty persentase perbandingan antara persepsi dengan harapan pelanggan yang lebih baik pada semua penilaian empati

masih dibawah 80 % yaitu untuk penyediaan waktu yang nyaman sesuai kebutuhan pelanggan dari pihak hotel ( 76,352 % ), pihak hotel mengerti dan menyediakan kebutuhan khusus pelanggan ( 75,972 % ) dan pihak hotel mengetahui minat dan kemauan pelanggan (74,039 % ).

Bila dilihat dari tabel menunjukkan bahwa nilai rata-rata penilaian yang diberikan oleh para pelanggan terhadap 5 komponen yaitu (tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy ) perbandingan antara nilai persepsi dengan harapannya masing-masing adalah sebagai berikut Tangible 82,021 Reliability 76,549 %, Responsiveness 81,949 %, Assurance 81,761 % dan Empathy 75,544 %. Hal ini berarti bahwa Hotel Topas Galeria dinilai sudah baik dalam memberikan kepuasan pelanggannya, pelayanan yang diberikan sudah dapat memenuhi harapan pelanggan.

Nilai rata-rata dari keseluruhan penilaian faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk nilai persepsi sebesar 3,457 dan nilai harapan sebesar 4,313.

Menurut tiga peneliti Amerika, Leonard L. Berry, A. Parasuraman dan Valerie A. Zeithaml ( 1985 ), gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen disebabkan pihak manajemen suatu perusahaan tidak selalu dapat merasakan atau memahami apa yang diinginkan para pelanggan secara tepat. Akibatnya manajemen tidak mengetahui bagaimana suatu jasa seharusnya didesain dan jasa-jasa pendukung/sekunder apa saja yang diinginkan konsumen. Gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja/prestasi perusahaan dengan cara yang berlainan atau bisa juga keliru mempersepsikan jasa tersebut.

**B. Diagram Kartesius Nilai Rata-Rata Harapan Dan Persepsi Pelanggan.**

Untuk dapat melihat posisi penempatan data yang telah dianalisis tersebut di atas, maka dapat dibagi menjadi 4 kuadran dalam diagram kartesius yang dijelaskan sebagai berikut :

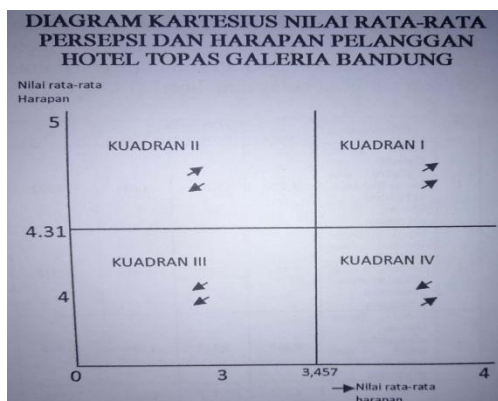
- a. Kuadran 1, menunjukkan faktor-faktor yang telah berhasil dilaksanakan oleh Hotel Topas Galeria dimana tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan.
- b. Kuadran II, menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan tennasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting namun pihak manaj emen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan. Faktor-faktor dalam kuadran ini penanganannya menjadi prioritas utama.
- c. Kuadran III, menunjukkan faktor-faktor yang masih dianggap kurang penting oleh pelanggan sedangkan pelaksanaannya oleh Hotel Topas Galeria tergolong wajar.
- d. Kuadran IV, menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini disebabkan pelanggan menganggap faktor-faktor tersebut kurang penting.

Setelah dihitung rata-rata persepsi dan harapan dari 26 instrumen diperoleh hasil sebagai berikut :

**NILAI RATA-RATA DARI PERS HARAPAN PELANGGAN TERHADAP 2 INSTRUMEN PENILAIAN KEPUASAN PELANGGAN HOTEL TOPAS GALERIA BANDUNG TAHUN 2003**

INSTRUMEN PENILAIAN	NILAI RATA RATA PERSEPSI	NILAI RATA RATA HARAPAN
1	3,882	4,338
2	3,353	4,220
3	3,250	4,191
4	3,4771	4,427
5	3,485	4,132
6	3,632	4,221
7	3,235	4,103
8	3,500	4, 455
9	3,588	4,455
10	3,338	4, 338
11	3,206	4,364
12	3,132	4,382
13	3,750	4,441
14	3,765	4,382

15	3,338	4,382
16	3,338	4,162
17	3,500	4,220
18	3,294	4,426
19	3,632	4,323
20	3,691	4,426
21	3,765	4,485
22	3,765	4,338
23	3,441	4,412
24	3,206	4,220
25	3,177	4,162
26	3,147	4,235



- Pada Kuadran I Terdapat 10 instrumen yaitu 1,4,8,9,13,14,19,20,21 dan 22
- Pada Kuadran II Terdapat 5 instrumen yaitu 10,12,15,18 dan 23
- Pada Kuadran III Terdapat 8 instrumen yaitu 2,3,7,11,16,24,25 dan 26
- Pada Kuadran IV Terdapat 3 instrumen yaitu : 5,6,17

Dari diagram memperlihatkan bahwa rata-rata penilaian para pelanggan lebih banyak di kuadran I dengan instrumen penilaian no. 1 (lokasi hotel Topas Galeria), 4 (kebersihan dan kenyamanan kamar dan fasilitas lainnya), 8 (ketepatan pihak hotel dalam memenuhi janji), 9 (kecepatan petugas hotel dalam mengelola transaksi dan melayani kebutuhan pelanggan), 13 (sikap dan kesigapan petugas hotel saat pelanggan memerlukan informasi dan penjelasan), 14 (kecepatan dan keramahan petugas hotel pada saat menjawab telepon dari pelanggan), 19 (ketulusan petugas hotel meminta maaf kepada pelanggan yang merasa kurang pelayanannya), 20 (etika petugas hotel dalam berkomunikasi dengan para tamunya), 21

(keramahan, ekspresi senyum dan memberi sapaan dari petugas hotel saat bertemu dengan pelanggan), 22 (sikap bersahabat dan menghargai pelanggan dari petugas hotel). Pada kuadran ini menunjukkan harapan pelanggan adalah tinggi sudah terpenuhi seluruhnya dengan realisasi pelayanan hotel yang diperolehnya. Berarti untuk instrumen di atas perlu dipertahankan seperti no. mengenai kebersihan dan kenyamanan ka serta fasilitas lainnya.

Sementara itu terdapat 5 instrumen penilaian yang perlu diperhatikan pihak Hotel (terdapat di kuadran II) yaitu no. 10 (kesungguhan dan kemampuan petugas hotel melayani dan memecahkan masalah), 12. (cita rasa dari makanan dan minuman di hotel), 15 (perhatian dan pelayanan hotel bila pelanggan mengajukan komplain dan kritik), 18 (kesesuaian antara promosi dibandingkan dengan pelayanan hotel), 23 (pengetahuan karyawan yang memadai tentang hotel). Dalam hal ini sumber daya manusia Hotel harus lebih ditingkatkan lagi sesuai dengan keahlian dan tugas dari para karyawannya seperti cita rasa makanan dan minuman yang masih belum memenuhi harap pelanggannya. Untuk itu diperluakan peningkatan kualitas masakan dan minuman yang lebih banyak dan lain-lain.

Pada kuadran III terlihat ada instrumen penilaian yang tidak menja masalah lagi bagi Hotel Topas Galeria yaitu instrumen penilaian no. 2 kelengkapan fasilitas di dalam dan di luar hotel), 3 (kondisi gedung dan peralatan yang disediakan hotel), 7 (usaha-usaha dalam mempromosikan hote), 11(kerapihan penyajian makanan dan minuman), 16 (kemampuan petugas hotel menyampaikan dan menjelaskan keunggulan dari produk hotel), 24 pihak hotel mengerti dan menyediakan kebutuhan khusus pelanggan), 25 ,(pihak hotel menyediakan waktu yang nyaman sesuai kebutuhan pelanggan), 26 (pihak hotel mengetahui minat dan kemauan pelanggan). Salah satu contoh adalah no. 3 tentang kondisi gedung dan peralatan yang disediakan hotel. Bagi pelanggan hal ini bukanlah hal yang sangat penting dimana

kenyataannya pelanggan menilai rendah atau kurang daya tariknya.

Sedangkan di kuadran IV terdapat 3 instrumen penilaian yang cukup baik untuk no. 5 (rata letak interior dan eksterior kamar hotel), 6 (penampilan pegawai hotel), 17 (kualitas petugas hotel menjawab pertanyaan pelanggan mengenai hotel) Meskipun ketiga hal ini tidak menjadi perhatian pelanggan seperti no. 5 tentang tata letak interior dan exterior kamar

Hotel Bila dilihat perkembangan Hotel Topas Galeria sejak manajemen Hotel dipimpin oleh Manajemen Hotel Sahid tahun 194 telah mengalami peningkatan yang lebih berarti. Setelah manajemen Hotel Topas. Galeria menjalankan sendiri kegiatannya Hotel Topas Galeria masih tetap meningkat dengan perbaikan-perbaikan konsep manajemen yang diterapkan. Hal ini cenderung diperbaiki dan ditingkatkan mengingat perkembangan zaman yang dipengaruhi oleh teknologi dan sumber daya manusianya seperti teknologi informatika untuk mengetahui Hotel Topas Galeria dapat diperoleh melalui situs Internet dengan E-mail [topas@topas-hotel.com](mailto:topas@topas-hotel.com): <http://www.topas-hotel.com>. Demikian juga pemasaran yang selalu dilakukan setiap bulannya dengan memperhatikan kondisi pesaing yang semakin bertambah dan berusaha merebut pasar. Hotel Topas Galeria sudah termasuk ke dalam hotel berbintang 3 (tiga dan peringkat 2 setelah Hotel Santika Malia di Bandung. Dalam hal ini berarti konsumen akan tertarik dan menggunakan fasilitas-fasilitas Hotel Topas Galeria karena pengaruh iklan-iklan yang dilakukan. Pemasaran langsung yang dilakukan pihak Hotel Topas Galeria yang sering dilakukan adalah melalui surat, telepon dan fax mail. Dimana media itu kemungkinan besar kurang mendapat tanggapan dan tidak menarik minat para konsumen hotel. Sebagaimana kita ketahui jenis jasa yang ditawarkan oleh Hotel kepuasan pelanggannya untuk memenangkan persaingan bisnis yang akan datang pihak manajemen Hotel Topas Galeria harus meningkatkan lagi pelayanan terhadap pelanggannya terutama dalam hal :

- Kesungguhan dan kemampuan petugas hotel melayani dan memecahkan masalah.
- Cita rasa dari makanan dan minuman.
- Perhatian dan pelayanan hotel bila pelanggan mengajukan komplain dan kritik.
- Kesesuaian antara promosi dengan realisasi pelayanan hotel
- Pengetahuan yang memadai tentang hotel dari para karyawan.

Dalam memasuki era globalisasi dan AFTA 2.003 bisnis perhotelan harus siap menghadapi persaingan bebas dan membuat keputusan yang tepat dalam bisnis baik strategi manajemen maupun strategi pemasarannya. Strategi manajemen diperlukan karena semakin kompleks dan rumitnya pengambilan keputusan dalam bisnis. Seorang manajer disamping baru bertanggung-jawab terhadap kegiatan internal ia juga harus mampu memantau faktor-faktor yang ada di luar perusahaan seperti pesaing yang akan mempengaruhi tingkat keuntungan, pemasok yang berkaitan dengan kelangkaan sumber daya, pemerintah yang berkaitan dengan berbagai regulasi, dan sisi pelanggan dimana manajer harus mampu mengantisipasi perubahan selernya.

Selain itu lingkungan juga meliputi kondisi ekonomi, perubahan-perubahan sosial, masalah-masalah politik, dan perkembangan teknologi yang masing-masing juga harus diantisipasi, dipantau, dinilai, dalam rangka pengambilan keputusan. Disamping itu juga harus dikelola pertentangan kepentingan antara pemilik, manajer puncak, tenaga kerja, masyarakat, pelanggan dan negara. Dengan adanya berbagai aspek di atas agar perusahaan dapat tumbuh dengan menguntungkan, eksekutif harus menyusun strategi manajemen yang memungkinkan memberikan posisi yang optimal bagi perusahaan dalam persaingan. Hal ini dimungkinkan karena proses strategi memberikan kemampuan untuk mengantisipasi lebih akurat perubahan lingkungan dan meningkatkan kesiapan untuk bereaksi terhadap kejadian internal dan

lingkungan persaingan yang tidak dapat diramalkan. Untuk itu pihak hotel baru melakukan promosi bauran secara konsisten dengan melihat perubahan kondisi lingkungan pasar. Pihak hotel harus juga secara periodik melakukan evaluasi dan penajaman strategi.

#### IV. KESIMPULAN

Dari hasil pengumpulan angket dari 68 responden yang menjadi pengunjung dan pelanggan Hotel Topas Galeria diperoleh perbandingan antara nilai persepsi dengan harapannya ke 5 komponen penilaian adalah sebagai berikut: Tangible 82,021%, Responsiveness 81,949 . Assurance 81,761 % dan Emphaty 75,544%. Hal ini berarti bahwa Hotel Topas dinilai sdah baik dalam memberikan pelayanannya. Pelayanan yang diberikan sudah dapat memenuhi haraan pelanggan.

Kepuasan menurut Kotler ( 2000) adalah.1111. C4 perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya". Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Banyak perusahaan yang berfokus pada kepuasan tinggi karenanya para pelanggan yang hanya merasa puas dapat mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Mereka yang sangat puas lebih sukar

untuk merubah pilihannya, kepuasan tinggi atau kesenangan menciptakan kelekatan emosional terhadap merek,. bukan hanya, preferensi rasional. Hal ini akan menghasilkan kesetiaan pelanggan yang tinggi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Craven, David W., 1996, Pemasaran Strategis, Edisi Keempat, Jilid 1, Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bandung, 2001, Kepariwisata Bandung.
- Kotler, Philip, 2000, Marketing, The Milenium Edition, New Jersey, Prentice Hall Intemational Inc.
- Gary Armstrong, I 999,4i Principles of Marketing, Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Parasuraman A., Zeithaml, Valerie A., Berry Leonard L. 1990, Delivering QualityService, New York, The Press A Division of Macmillan Inc.
- Payne, Andrian, 1994, Service Marketing, Series Edition, Engle Wood Clif, New Jersey, Prentice Hall International Inc.
- Porter, Michael E., 1993, Competitive Strategy, New York, Prepress.
- Irawan, H., 2002, 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, Jakarta, PT. Gramedia.
- Yoeti, Oka. A, 1999., Hotel Public Relation, Jakarta, PT. Pertja. Drucker, P., 1997., The Successful Corporation of The Year 2000; London, UK., The Economist Intelligence Unit.