



JURNAL

Manajemen & Kewirausahaan

Volume 9 Nomor 1 - Juni 2012

-  Efektivitas Penggunaan Modal Kerja dalam Rangka Peningkatan Rentabilitas pada PT Fania Ersas Pratama
-  Kajian Kinerja Pelayanan dan Harapan Pelanggan sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan pada Hotel Santika Premiere Jakarta
-  Pengaruh Kompetensi dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Direktorat Jenderal (Ditjen) Perhubungan Laut di Jakarta
-  Pengaruh Pemberian Insentif dan Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT. Kanomas Arci Wisata Jakarta Tahun 2012
-  Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja, Pendidikan dan Pelatihan dan Motivasi Terhadap kinerja Pegawai pada Kecamatan Beji Kota Bekasi
-  Analisis Strategi Pemasaran Sepatu dan Sandal PT. Elemeno Sejahtera Indonesia di Jakarta
-  Analisis Faktor-Faktor Pertimbangan dalam Memilih Sumber Permodalan yang digunakan oleh Wirausaha Optik di Kecamatan Palmerah
-  Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Dinas Kebersihan Kota Bekasi
-  Analisis Perkembangan Struktur Pasar Industri Tekstil di Indonesia Periode 2007-2010
-  Pengaruh Bauran Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Cuci Motor Berkah Jaya Steam di Larangan Selatan Tangerang



JURNAL

MANAJEMEN & KEWIRAUSAHAAN

Volume 9 Nomor 1 - Juni 2012



JURNAL

MANAJEMEN & KEWIRAUSAHAAN

Redaksi, menerima karya tulis asli (bukan terjemahan atau saduran), berkaitan dengan manajemen keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, bisnis, dan ekonomi. Redaksi berhak menyunting tulisan yang akan dimuat tanpa mengubah isi. Tulisan yang dimuat sepenuhnya menjadi hak Redaksi. Yang tidak dimuat hanya dikembalikan kepada pengirim apabila disertai sampul yang sudah diberi alamat lengkap dan prangko secukupnya.

Pengiriman karya tulis disertai dengan alamat lengkap, nomor telepon/fax, atau alamat e-mail. Tulisan diketik 1½ spasi pada kertas ukuran A4/80 maksimal 30 halaman, disertai abstraksi dan referensi (daftar pustaka).

Komitmen Jurnal tiap terbit terdiri dari 90 hal atau maksimal 7 artikel tergantung cakupan artikel. Tipe huruf yang digunakan adalah *Bookman Old Style*.

Unit layanan jual melayani langganan, pembelian satuan langsung dan pesanan. Harga jual Rp.25.000,-.

Cara pemesanan: Transfer ke Bank Permata Capem Adhi Graha No. Rek. 0-866666-016 a.n. Yayasan IPWIJA Jakarta. Fax bukti transfer ke nomor (021-5265270), lengkap dengan nama, alamat, no. telepon, dan keterangan berlangganan dan pesanan.

SUSUNAN DEWAN REDAKSI

Penanggung Jawab:

Dr. Suyanto, S.E., M.M., M.Ak (Ketua STIE IPWIJA)

Pimpinan Umum:

Heru Mulyanto, S.E., M.M (Ketua Program S1)

Dewan Redaksi:

Drs. Juniarto Royo Prasetyo, MPM, Ed.D. (STIE IPWIJA)

Dr. Anna Wulandari, S.E., M.M. (STIE IPWIJA)

Drs. M. Machasin, M.Si.(Unri)

Drs. Sudarso, M.M. (Untar)

Kurniawati, S.E., M.M. (Unisma)

Drs. Slamet Ahmadi, M.M. (STIE IPWIJA)

Dr. Dra. Sri Lestari Prasilowati, M.A. (STIE IPWIJA)

Dra. Yuli Triastuti, M.M. (STIE IPWIJA)

Ir. Titing Widyastuti, M.M. (STIE IPWIJA)

Maman Karyaman, S.E., Akt., CPA. (PT. Pembangunan Jaya Ancol, Tbk)

Drs. Tony Jansen, S.E., M.M. (Univ. Prof. Dr. Moestopo (Beragama))

Drs. Rokhmad Slamet, M.M. (STIE "Pelita Bangsa")

Tony Hendratmo, M.M. (UPH)

Pimpinan Redaksi:

Dra. Anik Ariyanti, M.M.

Redaksi Pelaksana:

Dra. Siti Laela, M.M.

Tim Administrasi dan Keuangan:

Meli Andriani, S.E., M.M.

Alamat Redaksi:

Gd. Adhi Graha Lt.14, Jl. Gatot Subroto Kav. 56 Jakarta 12950

Telp.021-5265266 (Hunting) Fax.021-5265270

Call Center: 021-92640711,

Email. stieipwija@cbn.net.id

Penerbit:

P4M Program S1 Manajemen STIE IPWIJA

Frekwensi Terbit:

2 (dua) kali/tahun



JURNAL MANAJEMEN & KEWIRAUSAHAAN

Volume 9 Nomor 1 - Juni 2012

DAFTAR ISI

SUSUNAN DEWAN REDAKSI DARI REDAKSI DAFTAR ISI

<i>Efektifitas Penggunaan Modal Kerja dalam Rangka Peningkatan Rentabilitas pada PT. Fania Ersu Pratama (Joni Heruwanto dan Nia Juliana)</i>	1- 17
<i>Kajian Kinerja Pelayanan dan Harapan Pelanggan sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan pada Hotel Santika Premiere Jakarta (Yoyo Indah Gunawan dan Rukiyah)</i>	18 - 23
<i>Pengaruh Kompetensi dan Motivasi terhadap Kinerja Pegawai Direktorat Jenderal (Ditjen) Perhubungan Laut di Jakarta (Siti Laela dan Muhamad Ridwan)</i>	24 - 37
<i>Pengaruh Pemberian Insentif dan Motivasi terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT. Kanomas Arci Wisata Jakarta Tahun 2012 (Rasipan dan Indah Ifitah)</i>	38 - 45
<i>Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja, Pendidikan dan Pelatihan dan Motivasi terhadap Kinerja Pegawai pada Kecamatan Beji Kota Bekasi (Susanti Widhiastuti dan Jefry Yaris)</i>	46 - 60
<i>Analisis Strategi Pemasaran Sepatu dan Sandal PT. Elemeno Sejahtera Indonesia di Jakarta (Setiadi dan Martha Nova Agustina)</i>	61 - 70
<i>Analisis Faktor-faktor Pertimbangan dalam Memilih Sumber Permodalan yang Digunakan oleh Wirausaha Optik di Kecamatan Palmerah (Estuti Fitri Hartini dan Kasan)</i>	71 - 82
<i>Pengaruh Kompensasi dan Motivasi terhadap Kinerja Pegawai Dinas Kebersihan Kota Bekasi (Anik Ariyanti)</i>	83 - 95
<i>Analisis Perkembangan Struktur Pasar Industri Tekstil di Indonesia Periode 2007-2010 (Susilowati Budiningsih).....</i>	96 - 104
<i>Pengaruh Bauran Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Cuci Motor Berkah Jaya Steam Di Larangan Selatan Tangerang (Hery Margono dan Mursida Kusuma Wardani)</i>	105 - 117

KAJIAN KINERJA PELAYANAN DAN HARAPAN PELANGGAN SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL SANTIKA PREMIERE JAKARTA

Oleh:

Yoyo Indah Gunawan, S.E., M.M.
Rukiyah, S.E.

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu hal terpenting sebagai tolok ukur dan untuk mengetahui apakah kinerja perusahaan (dalam hal ini Hotel Santika Premiere Jakarta) yang telah dipersembahkan untuk mendapat tempat di hati pelanggan-nya. Ada beberapa poin variabel yang perlu diperhatikan dari kepuasan pelanggan yaitu; kinerja pelayanan/ services, harapan pelanggan.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui faktor-faktor prioritas yang perlu ditingkatkan kinerja pelayanannya agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada Hotel Santika Premiere Jakarta, dan untuk mengetahui Customers Satisfaction Index (CSI) pada Hotel Santika Premiere Jakarta.

Metodologi penelitian dan pengumpulan data yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan skala linkert di mana data diambil secara sampling. Penelitian lapangan dilakukan dengan penyebaran kuesioner ke 81 responden, sedangkan studi kepustakaan dilakukan dengan mengambil bahan-bahan dari buku dan sumber-sumber terkait.

Hasil perhitungan atas sampling yang dilakukan menunjukkan bahwa faktor-faktor prioritas kinerja pelayanan yang perlu diperhatikan untuk ditingkatkan kinerjanya dalam upaya untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan pada Hotel Santika Premiere Jakarta secara spesifik adalah sebagai berikut :Telepon Operator, Security, Lampu Penerangan, Swimming Pool. Sedangkan CSI (Customer Satisfaction Index) yang telah dicapai oleh Hotel Santika Premiere Jakarta yaitu sebesar 0,785 atau tingkat kepuasan pelanggan yang telah dicapai sebesar 78.50%. Artinya bahwa tingkat kepuasan pelanggan baru dicapai 78,50% dan termasuk katagori telah puas (karena CSI terletak diantara rentang 0.66 - 0.80) terhadap kinerja pelayanan Hotel Santika Premiere Jakarta.

*Kata Kunci: Kesesuaian Kinerja Pelayanan dengan Harapan Pelanggan adalah
Kepuasan Pelanggan*

I. Pendahuluan

Pertumbuhan akomodasi di Indonesia setiap tahun terus meningkat. Hal ini dikarenakan jumlah wisatawan terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun sehingga kebutuhan akomodasi juga mengalami peningkatan. Para wisatawan asing tersebut sudah pasti akan menggunakan jasa penginapan terutama hotel sebagai tempat peristirahatan, dan masih ditambah lagi dengan wisatawan dalam negeri yang juga cukup banyak dalam menggunakan jasa perhotelan.

Dalam era persaingan yang semakin ketat dalam industri jasa terutama industri perhotelan ini, persaingan jasa perhotelan tidak saja

berasal dari faktor-faktor fisik tetapi lebih ditentukan oleh sistem pelayanan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, perubahan pola pikir masyarakat yang selain menginginkan tempat bermalam dan beristirahat, tetapi juga menginginkan kepuasan dari pelayanan.

Saat manajemen PT Grahawita Santika menyadari betul bahwa keunggulan bersaing yang hanya mengandalkan pada kemegahan gedung, kemajuan teknologi, semakin sulit untuk dipertahankan. Oleh sebab itu, mereka mulai memberikan perhatian yang semakin besar terhadap aspek kualitas pelayanannya, karena kualitas pelayanan yang memuaskan dapat

dijadikan sebagai suatu strategi untuk memenangkan persaingan, sebagai iklan dari mulut kemulut, sebagai tempat berlindung dari persaingan harga dan peningkatan produktivitas. Agar dapat memenangkan persaingan pasar yang semakin kompetitif tersebut, tuntutan akan kepuasan yang diinginkan konsumen haruslah diwujudkan dalam bentuk pelayanan yang baik dan memuaskan.

Sebagai salah satu hotel berbintang empat dalam jaringan Santika Indonesia Hotels & Resorts yang dibawah oleh manajemen PT Grahawita Santika, Hotel Santika Premiere Jakarta merupakan barometer dari hotel-hotel Santika kelas Premiere diseluruh Indonesia. Dengan berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka muncul keinginan untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan judul "**Kajian Kinerja Pelayanan Dan Harapan Pelanggan Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan pada Hotel Santika Premiere Jakarta**".

II. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor-faktor prioritas yang perlu ditingkatkan kinerja pelayanannya agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada Hotel Santika Premiere Jakarta.
2. Untuk mengetahui *Customers Satisfaction Index (CSI)* pada Hotel Santika Premiere Jakarta.

III. Kajian Teori

A. Kualitas Jasa

Determinan kualitas jasa (pelayanan) menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1994:16), yang harus menjadi perhatian dalam peningkatan mutu dari jasa, yaitu:

1. Berwujud (*tangible*)
Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan materi komunikasi.
2. Cepat tanggap (*responsiveness*)
Yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
3. Kepastian (*assurance*)
Kesopanan dan pengetahuan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

4. Keandalan (*reliability*)

Yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat.

5. Empati (*emphaty*)

Kepedulian atau kesediaan untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.

B. Teori Kepuasan Pelanggan

Teori kepuasan menurut J. Supranto (2004), adalah tingkat perasaan seorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi harapan, maka pelanggan akan kecewa, bila kinerjanya tidak sesuai dengan harapan pelanggan, sebaliknya, bila kinerjanya melebihi dengan harapan, maka pelanggan akan sangat puas. Kepuasan adalah sesuatu yang bersifat abstrak, sukar untuk diukur serta sangat subyektif sifatnya (J. Supranto, 2003:396), beberapa pendapat tentang hal ini adalah sebagai berikut,

Philip Kotler (1994:40) mendefinisikan kepuasan sebagai "*Satisfaction is the level of a person's felt state resulting from comparing a product's perceived performance or outcome in relation to the person's expectation*" yang diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan *performance/kinerja* dengan harapan-harapannya. dikutip oleh Rangkuti (2002:23).

Dari defenisi-defenisi di atas, maka kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Apabila kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

C. Teori Kinerja

Ada beberapa definisi atau batasan mengenai kinerja atau *job performance*, sebagaimana dikutip oleh As'ad, dalam bukunya *Psikologi Industri* (1998:47-48): "*Job performane* adalah *successful role achievement* yang diperoleh seseorang dari perbuatannya". Sedangkan menurut Suryadi Prawiro-sentoso (1999:2), kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai seseorang atau kelompok orang dalam suatu

organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika. Kinerja adalah hasil secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Untuk mengetahui kinerja pegawai maka perlu diadakan evaluasi terhadap hasil kerja setiap pegawai, hasil dari evaluasi kinerja dimaksudkan untuk memperbaiki atau meningkatkan kinerja pegawai dimasa yang akan datang.

D. Harapan Pelanggan

Harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya (Zeithaml, et. Al., 1993). Pengertian ini didasarkan pada standar prediksi, ada pula yang menggunakan harapan sebagai standar ideal.

Umumnya faktor-faktor yang menentukan harapan pelanggan meliputi kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu, rekomendasi dari mulut ke mulut dan iklan. Menurut Zeithaml (1993), ada beberapa faktor harapan pelanggan yang menentukan kualitas suatu jasa, yaitu:

- Perbandingan dengan pelanggan lain dalam menerima layanan
- Kebutuhan pribadi
- Intensitas layanan yang bersifat sementara
- Persepsi pelanggan terhadap pelayanan dari perusahaan lain.
- Persepsi dimana pelanggan terhadap pelayanan dari perusahaan lain.
- Faktor situasi
- Rekomendasi atau saran dari orang lain.

E. Industri Akomodasi

Pengertian dalam arti sempit, menurut Dimiyati (1992:14), akomodasi berarti suatu kamar (*room*) atau tempat dimana pengunjung dapat tidur/menginap. Dalam hal ini akomodasi bukan hanya penginapan saja, tetapi telah berkembang (dalam arti luas) sebagai suatu tempat yang seseorang dapat tidur, beristirahat, atau untuk

mendapatkan makan minum dan kebutuhan lainnya.

Menurut Dimiyati (1992:30), kata hotel dulunya berasal dari kata *Hospitium* (bahasa latin), artinya ruangan tamu yang berada dalam suatu *monastery*, yang kemudian kata *hospitium* di Perancis dipadukan dengan *hospes*, lalu menjadi *hospice*. Untuk beberapa lama kata *hospice*. Tidak mengalami perubahan. Dalam perkembangan selanjutnya setelah melalui proses pengertian dan analogi yang sangat lama, untuk membedakan antara *Guest Hotel* dengan *Mansion House* (sebuah rumah besar), maka rumah tersebut disebut *Hostel*.

Definisi hotel Menurut Hotel Proprietors Act, pada tahun 1956 dalam buku Agus Sulistiyono (1999:5): *Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.*

IV. Metodologi Penelitian

A. Cara Pengambilan Sampel

Cara pengambilan sampel dengan menggunakan *Simple Random Sampling*. Sedangkan ukuran sampel mengacu pada rumus Slovin (Husein Umar, 2005):

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

Dimana:

- n = ukuran sampel
- N = ukuran populasi
- e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir.

Ukuran populasi sebesar 101 orang kemudian dimasukkan kedalam rumus Slovin, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 81 responden.

B. Skala Pengukuran

Skala pengukuran menggunakan Skala Linkert untuk tingkat

penilaian kinerja (performance) dan Ke-
pentingan (important).

Tabel Skala Penilaian Tingkat
Kinerja

Skala	Kategori Penilaian
1	Sangat kurang baik
2	Kurang baik
3	Cukup baik
4	Baik
5	Sangat Baik

Tabel Skala Penilaian Tingkat
Kepentingan

Skala	Kategori Penilaian
1	Sangat kurang penting
2	Kurang penting
3	Cukup penting
4	Penting
5	Sangat Penting

Tabel Kriteria Nilai *Customer*
Satisfaction Index (CSI)

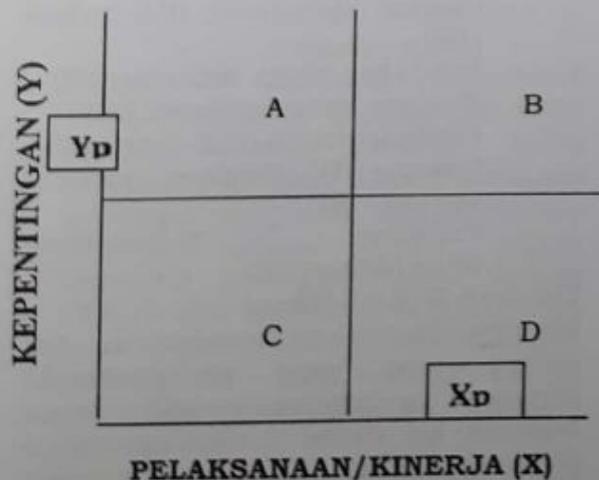
NILAI CSI	KRITERIAN CSI
0.81 - 1.00	Sangat Puas
0.66 - 0.80	Puas
0.51 - 0.65	Cukup Puas
0.35 - 0.60	Kurang Puas
0.00 - 0.34	Tidak Puasa

Sumber Ihsani (2005)

C. Teknik Analisa

Untuk menganalisa digunakan
metode Importance and Performance
Analys (Martila dan James, 1997:77-79).

Gambar
Diagram Importance and Performance
Analysis



Sumber : J. Supranto (2003:402)

Keterangan:

Kuadran A (Prioritas Utama)

Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun Manajemen Hotel belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga yang pada akhirnya akan mengecewakan atau pelanggan akan merasa tidak puas.

Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan Hotel dengan sangat baik, untuk itu wajib untuk dipertahankan karena dianggap sangat penting dan sangat memuaskan pelanggan.

Kuadran C (Prioritas Rendah)

Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, yang mana biasanya dalam pelaksanaannya biasa-biasa saja karena dianggap kurang penting dan kurang memuaskan pelanggan.

Kuadran D (Berlebihan)

Menunjukkan faktor atau atribut yang mempengaruhi pelanggan kurang penting akan tetapi pada pelaksanaannya berlebihan, karena dianggap kurang penting tetap sangat memuaskan pelanggan.

Diagram Kartesius dalam matriks tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan terdiri dari 4 kuadran dengan perpotongan sumbu tegak lurus nilai rata-rata X dan Y, dimana:

Dengan rumus:

$$X_p = \frac{\sum i = X_i}{K}$$

$$Y_k = \frac{\sum i = X_i}{K}$$

Dimana,

X_p = Skor rata-rata seluruh faktor tingkat pelaksanaan/kinerja

Y_k = Skor penilaian kepentingan pelan-
nggan

K = Jumlah faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelan-
nggan

D. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Indeks kepuasan pelanggan adalah sebuah angka yang menyatakan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen akan produk/jasa tertentu. Indeks yang biasa digunakan adalah metode CSI (Aritonang, 2005).

$$CSI = \frac{\sum(Y(X.B))}{HS} \times 100\%$$

Dimana, *HS* = (*Highest Scale*) skala maksimum yang digunakan

Tabel Kriteria Nilai Customer Satisfaction Index (CSI)

NILAI CSI	KRITERIAN CSI
0.81 - 1.00	Sangat Puas
0.66 - 0.80	Puas
0.51 - 0.65	Cukup Puas
0.35 - 0.60	Kurang Puas
0.00 - 0.34	Tidak Puasa

Sumber: Ihsani (2005)

V. Pembahasan

Dari diagram kartesius ini terlihat, bahwa letak dari unsur-unsur pelaksanaan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Hotel Santika Premiere Jakarta terbagi menjadi empat bagian. Adapun interpretasi dari diagram kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Kuadran A (Prioritas Utama)

Menunjukkan unsur-unsur jasa atau atribut jasa yang mempengaruhi kepuasan pelanggan berada dalam kuadran ini dan penanganannya perlu diprioritaskan oleh Hotel Santika Premiere Jakarta karena keberadaan atribut-atribut inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan. Tingkat kepentingan yang tinggi mencerminkan bahwa pelanggan mempunyai harapan yang tinggi. Jadi akan sangat buruk konsekuensinya apabila Hotel Santika Premiere Jakarta mempunyai *performance* yang buruk untuk hal-hal yang penting di mata pelanggan. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah :

- Telepon Operator (7)
- Security (9)
- Lampu Penerangan (24)
- Swimming Pool (29)

Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan Hotel

Santika Premiere Jakarta dengan sangat baik, untuk itu wajib untuk dipertahankan karena dianggap sangat penting dan sangat memuaskan pelanggan. Atribut yang berada pada Kuadran B ini adalah:

- Doorman/Doorgirl (1)
- Bellman (2)
- Receptionist/Cashier (3)
- Room Attendant (4)
- Guest Relations Officer (11)
- Duty Manager (12)

Sopan Santun Bertelepon dalam menerima pesanan (13)

Mutu Hidangan yang disajikan (15)

Kamar mandi dalam keadaan bersih & rapih (19)

Kamar yang menyenangkan (20)

Penyejuk Ruangan yang berjalan dengan baik (21)

Suhu Air Panas yang stabil (22)

Brankas untuk menyimpan barang-barang berharga (25)

Perlengkapan kamar mandi (27)

Kuadran C (Prioritas Rendah)

Menunjukkan beberapa unsur atau atribut jasa yang kurang pengaruhnya bagi pelanggan, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja, karena dianggap kurang penting oleh pelanggan dan kurang memuaskan pelanggan. Atribut yang berada pada kuadran C adalah:

- Laundry/Valet Service (5)
- Bartender (8)
- Pool Attendant (10)
- Kesigapan pelanggan dalam melayani pesanan dari kamar (14)
- Temperatur hidangan yang dipesan oleh tamu dari kamar (16)
- Kelayakan harga makanan (17)
- Kualitas layanan televisi (23)
- Fasilitas Health Club & Spa (30)
- Inhouse TV Program (internal siaran) - (31)
- Fasilitas Arcade/Drug Store/Salon (32)

Kuadran D (Berlebihan)

Menunjukkan bahwa unsur-unsur atau atribut jasa yang mempengaruhi kepuasan pelanggan berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena pelanggan

menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya atribut tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh pihak Hotel Santika Premiere Jakarta, sehingga sangat memuaskan, akan tetapi menjadi lebih tidak efektif. Atribut yang berada pada kuadran D adalah:

- Waiter/Waitress (6)
- Keanekaragaman Menu Hidangan yang ditawarkan (18)
- Kondisi telepon di kamar (26)
- Business Centre (28)

Dari hasil tabel didapatkan hasil bahwa *CSI (Customer Satisfaction Index)* yang telah dicapai oleh Hotel Santika Premiere Jakarta yaitu sebesar 0,785 atau tingkat kepuasan pelanggan yang telah dicapai sebesar 78.5%. Artinya bahwa tingkat kepuasan pelanggan baru dicapai 78,50% dan termasuk kategori telah puas (karena *CSI* terletak diantara rentang 0.66 – 0.80) terhadap kinerja pelayanan Hotel Santika Premiere Jakarta.

VI. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

A. Bahwa faktor-faktor prioritas kinerja pelayanan yang perlu diperhatikan untuk ditingkatkan kinerjanya dalam upaya untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan pada Hotel Santika Premiere Jakarta secara spesifik adalah sebagai berikut :

- Telepon Operator
- Security
- Lampu Penerangan
- Swimming Pool

B. Bahwa *CSI (Customer Satisfaction Index)* yang telah dicapai oleh Hotel Santika Premiere Jakarta yaitu sebesar 0,785 atau tingkat kepuasan pelanggan yang telah dicapai sebesar 78.50%. Artinya bahwa tingkat kepuasan pelanggan baru dicapai 78,50% dan termasuk kategori telah puas (karena *CSI* terletak diantara rentang 0.66 – 0.80) terhadap kinerja pelayanan Hotel Santika Premiere Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sulastiyono, *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*, Edisi Pertama, Alfabeta, Bandung, 1999.
- Aritonang R.L., *Kepuasan Pelanggan PT. Gramedia Pustaka Utama*. Jakarta, 2005
- Dimiyanti, Aan Surachian, *Pengetahuan Dasar Perhotelan*, Cetakan III, CV. Devin Ganan, Jakarta, 1992.
- Endar Sugiarto, dan Sri Sulartiningrum, *Pengantar Akomodasi Dan Restoran*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001.
- Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Cetakan Kedua, ANDI, Yogyakarta, 1998.
- Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy, Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002.
- Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus, Integrated Marketing Communication*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2009.
- Husein Umar, *Riset pemasaran dan Perilaku konsumen*, Cetakan Keempat, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2005.
- J. Supranto, *Statistik: Teori Dan Aplikasi*, Jilid 1 & 2, edisi 7, Erlangga, Surabaya, 2009.
- Kotler, Philip, and Gery Armstrong. *Principles of Marketing*, Seventh Edition, New Jersey: Prentice hall, Englewood Cliffs, 1996.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Edisi dua, Jakarta: PT. Prenhalindo, 1997.
- Lovelock, C., *Service Marketing*, Third Edition, Englewood Cliffs, NJ. Prentice-Hall International, Inc., 1996.
- Rasdihan Rasyad, *Metode Statistik Deskriptif Untuk Umum*, jilid 1 & 2, Cetakan ke-11, LP3ES, Jakarta, 1986.
- _____, *Metodologi Penelitian*, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2000.
- Singarimbun, Masri, *Metode Penelitian Survei*, Edisi Revisi, LP3S, Jakarta, 1989