

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN KUALITAS PELAYANAN JASA SEWA VILA (STUDI KASUS: CV. SINDANGRESTU)

ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION AND QUALITY OF VILLA RENTAL SERVICES (CASE STUDY: CV. SINDANGRESTU)

Oleh:

Bramantiyo Eko Putro¹, Wildan Herdi Firdaus²

1bramantiyo@unsur.ac.id, 2wildanherdifirdaus@gmail.com

^{1,2}Universitas Suryakencana

Masuk: 25 April 2024

Penerimaan: 25 April 2024

Publikasi: 19 Juni 2024

ABSTRAK

Objek wisata mengalami penurunan wisatawan yang sangat drastis pada awal tahun 2020 akibat adanya berbagai macam aturan pemerintah terkait pencegahan penularan Covid-19. Hal tersebut berimbas pada bisnis jasa perhotelan dan sewa vila. Pertengahan tahun 2020 aturan tersebut mulai dilonggarkan dengan berbagai macam penyesuaian. Keadaan ini menjadi titik balik untuk bangkit dan memaksimalkan bisnis untuk kembali memperoleh profit. Salah satu kunci sukses dari setiap bisnis adalah kualitas yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung vila dan menentukan tindakan yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di CV. Sindangrestu. Metode yang digunakan untuk pada penelitian ini adalah metode service quality dan importance performance analysis. Hasil penelitian yang dilakukan menggunakan metode servqual terhadap lima dimensi kualitas pelayanan menunjukkan terdapat 14 atribut yang menjadi masalah yaitu terjadi kesenjangan antara persepsi dan harapan konsumen yang ditunjukkan dengan nilai gap atribut negatif. Adapun atribut layanan yang dapat diusulkan menjadi prioritas untuk ditingkatkan berdasarkan grafik importance performance analysis yaitu pada atribut keadaan kamar hotel (bersih, nyaman, dan luas), tempat parkir luas, tersedianya kendaraan di vila (mobil rental), penampilan manajer rapi, penampilan karyawan rapi, kecepatan melayani tamu, daya tanggap terhadap keluhan, kecepatan menyelesaikan masalah, keramahan dan kesopanan yang konsisten, kenyamanan yang terjamin, ketersediaan waktu karyawan dalam mendengar keluhan pelanggan dan memahami kebutuhan tamu.

Kata kunci: Pariwisata, Jasa Sewa Vila, Kualitas Jasa, Servqual, IPA

ABSTRACT

Tourist attractions experienced a drastic decline in tourists at the beginning of 2020 due to various government regulations related to preventing the transmission of Covid-19. This has an impact on the hotel services business and villa rentals. In mid-2020, these regulations began to be relaxed with various adjustments. This situation became a turning point to get up and maximize the business to return to profit. One of the keys to the success of any business is the quality offered. This study aims to determine the level of satisfaction of villa visitors and determine the actions that need to be taken to improve the quality of service at CV. Sindangrestu. The method used for this study is the method of service quality and importance performance analysis. The results of research conducted using the servqual method on the five dimensions of service quality show that there are 14 attributes that are a problem, namely there is a gap between consumer perceptions and expectations as indicated by the negative attribute gap value. As for the service attributes that can be proposed to be prioritized for improvement based on the importance performance analysis graph, namely the attributes of the condition of the hotel room (clean, comfortable, and spacious), large parking area, availability of vehicles in the villa (rental car), neat manager appearance, neat employee appearance, speed of serving guests, responsiveness to complaints, speed of solving problems, consistent friendliness and courtesy, guaranteed comfort, availability of time for employees to hear customer complaints and understand guest needs.

Keywords: Tourism, Villa Rental Services, Service Quality, Servqual, IPA

PENDAHULUAN

Objek wisata mengalami penurunan wisatawan yang sangat drastis pada awal tahun 2020. Hal ini dikarenakan adanya peraturan pemerintah yaitu pembatasan sosial akibat pandemi Covid-19 yang mengharuskan seluruh objek wisata tutup dan masyarakat Indonesia dilarang beraktivitas keluar rumah (Mawar, *et. al.*, 2021). Oleh karena itu berdampak pada turunnya tingkat penghunian kamar (TPK) penginapan termasuk vila di Cianjur sebesar 35% (Ramadhian, 2020). Hal ini menyebabkan kerugian besar bagi pemilik vila karena tidak adanya wisatawan yang berkunjung untuk berlibur ke vila.

Pertengahan tahun 2020 pemerintah mulai melonggarkan dengan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pada pertengahan tahun 2020. Masyarakat mulai diperbolehkan untuk pergi berlibur dengan menerapkan protokol kesehatan yaitu memakai masker, menjaga jarak, dan cuci tangan, dengan pembatasan sampai 50% dari kapasitas maksimal (BBC Indonesia, n.d.). Periode tersebut pemerintah di Indonesia mulai memberlakukan kondisi normal baru, sehingga masyarakat bebas beraktivitas tetapi harus mematuhi protokol kesehatan yang ketat. Objek wisata pun kembali dibuka dengan syarat pengunjung harus di swab tes dan dinyatakan negatif dari Covid-19 sehingga pengunjung diperbolehkan untuk berwisata kembali. Kondisi tersebut membuat wisatawan lebih selektif dalam memilih akomodasinya saat berlibur (Afrilian & Hanum, 2022).

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada akomodasinya selama periode pandemi Covid-19 (Iskandar, *et. al.*, 2021). Apabila konsumen telah merasa kualitas yang ditawarkan mampu memenuhi ekspektasinya melalui produk dan pelayanan pada suatu tingkat harga yang rasional perusahaan akan memperoleh profit dari konsumen yang terpuaskan (Pratiwi & Jatra, 2014). Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen benar-benar merasa puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan tentunya menjadi hal yang penting juga bagi CV. Sindangrestu pada era normal baru. CV. Sindangrestu merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa perusahaan ini berdiri pada tahun 2017. Perusahaan ini mencakup beberapa sektor yaitu vila, restoran, jual beli vila atau rumah, selaku agen. CV. Sindangrestu lebih memfokuskan

pada bidang sewa vila di kawasan Cipanas Cianjur Jawa Barat. Setelah hampir 4 tahun berdiri mulai muncul permasalahan atau komplain dari pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. CV. Sindangrestu mempunyai permasalahan kualitas layanan yang menimbulkan komplain dari pelanggan sehingga banyak permasalahan yang harus diselesaikan oleh perusahaan. Masalah tersebut berdasarkan komplain dari para pelanggan yang sudah sering menyewa vila, antara lain sebagai berikut air di vila sering mati, listrik sering mati, sebagian vila berdekatan dengan pemukiman warga, dan keterlambatan *check out*.

Oleh karena itu perlu dilakukan analisis kepuasan akan pelayanan CV. Sindangrestu terhadap pengunjung vila sehingga dapat diketahui faktor-faktor yang menyebabkan pelanggan tidak puas terhadap vila tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan evaluasi bagi perusahaan untuk membantu menentukan strategi-strategi lebih berorientasi pada peningkatan fasilitas dan kepuasan pelayanan terhadap pelanggan.

Vila

Vila merupakan salah satu dari jenis akomodasi. Definisi vila merupakan sebuah rumah atau bangunan yang berada pada sebuah lereng pegunungan yang cenderung bukan merupakan tempat tinggal tetap, namun hanya digunakan sebagai tempat tinggal sementara untuk berlibur pemiliknya atau bisa juga disewakan kepada para pengunjung (Tokan, 2014). Definisi lain dari vila adalah sebuah rumah hunian yang biasanya disewakan kepada orang yang ingin bermalam di saat wisatawan sedang berlibur, vila banyak terletak di luar daerah yang berhawa sejuk, letaknya jauh dari keramaian dan panoramanya yang sangat indah (Dhika, *et. al.*, 2019). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa vila merupakan sebuah rumah atau bangunan yang disewakan kepada wisatawan yang berlokasi pada sebuah lereng pegunungan dengan udara yang sejuk dan pemandangan yang indah.

Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Prihandoyo, 2020). Lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa menurut (Tjiptono, 2016) dalam (Maramis *et al.*, 2018) adalah sebagai berikut:

1. Berwujud (*Tangible*), yaitu antara lain penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi yang terlihat yang dapat dinilai baik.
2. Empati (*Emphaty*), yaitu kesediaan karyawan dalam upaya menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual pelanggan.

3. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemauan dalam kompetensi dari karyawan memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap. Kesiapan para karyawan untuk memenuhi keinginan konsumen dengan tanggap dan ramah.
4. Keandalan (*Reliability*), yaitu kompetensi untuk memberikan layanan dengan segera, akurat, konsisten, dan memuaskan.
5. Jaminan (*Assurance*), yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan mengenai janji yang diberikan, bebas dari bahaya, risiko atau meragu-ragukan.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen (Maramis, *et. al.*, 2018). Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut (Prihandoyo, 2020):

1. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan.
2. Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilayangkan.
3. Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis

Metode Service Quality (Servqual)

Metode Servqual mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan atas layanan yang pelanggan terima (Sepriyanti, 2020). Model kualitas jasa servqual melakukan penelitian berdasarkan customer perceived quality. Pengukuran mutu produk fisik berbeda dengan industri jasa. Analisis dibantu dengan instrumen kuisioner yang disebarkan kepada konsumen, setiap atribut memiliki dua jawaban dalam skala (Likert) mengenai seberapa penting atribut dan seberapa baik kinerja dari setiap atribut. Data kuesioner diolah dengan rumus (Prananda, *et. al.*, 2019):

$$\bar{x} = \sum_{i=1}^n x_i \quad (1)$$

$$\bar{y} = \sum_{i=1}^n y_i \quad (2)$$

Keterangan:

$\bar{x}$: Skor rata-rata tingkat kepuasan/realita.

$\bar{y}$: Skor rata-rata tingkat kepentingan/ ekspektasi

n: Jumlah responden.

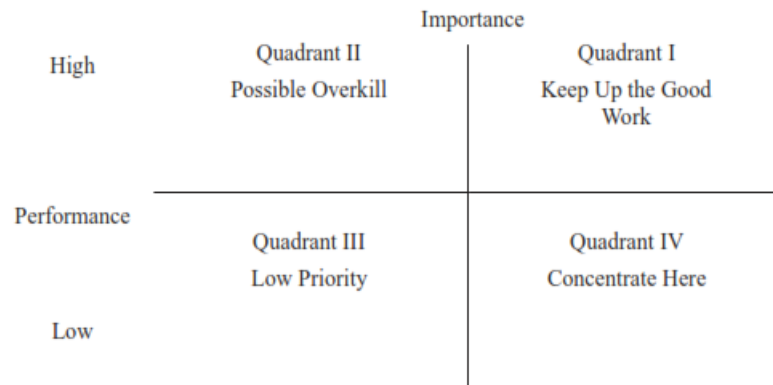
Model Servqual tidak bisa lepas dari analisis GAP. Lima gap utama dalam Servqual meliputi (Lubis et al., 2020):

1. *Gap 1* adalah *Gap* Antara Harapan Pelanggan dan Persepsi Manajemen (*Knowledge Gap*).
2. *Gap 2* adalah *Gap* Antara Persepsi Manajemen terhadap Harapan Konsumen dan Spesifikasi Kualitas Jasa (*Standards Gap*).
3. *Gap 3* adalah *Gap* Antara Spesifikasi Kualitas Jasa dan Penyampaian jasa (*Delivery Gap*).
4. *Gap 4* adalah *Gap* Antara Penyampaian Jasa dan Komunikasi Eksternal (*Communications Gap*).
5. *Gap 5* adalah *Gap* Antara Jasa yang dipersepsikan dan Jasa yang diharapkan (*Service Gap*).

Metode Importance Performance Matrix (IPA)

Dalam model penilaian kepuasan layanan, perbedaan antara persepsi dan harapan konsumen dianggap sebagai kriteria untuk menilai kualitas layanan; sementara model selanjutnya seperti IPA mengukur hubungan antara kepentingan (tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, akuntabilitas sosial, proses penyampaian layanan, dan organisasi layanan) dan persepsi tentang kinerja organisasi (Izadi *et. al.*, 2017). Teknik ini didasarkan pada matriks empat kuadran yang mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan layanan dan menentukan peluang peningkatan untuk mengembangkan perencanaan strategis (Mohebifar *et. al.*, 2016). Diagram IPA Matriks dapat dilihat pada gambar 1. Kuadran IPA Matrix adalah sebagai berikut (Izadi *et. al.*, 2017):

1. Kuadran I menunjukkan kinerja tinggi dan pentingnya prioritas yang membutuhkan tindakan segera;
2. Kuadran II (kinerja tinggi, kepentingan rendah) menunjukkan bahwa manajer organisasi terlalu menekankan hal-hal terkait;
3. Kuadran III (kinerja rendah dan kepentingan) menunjukkan bahwa perbaikan tidak diperlukan;
4. Kuadran IV membutuhkan perhatian segera.



Gambar 1. Proses IPA Matrix

Sumber : Izadi et al., 2017

METODE PENELITIAN

Studi lapangan dilakukan secara langsung ke CV. Sindangrestu. Studi lapangan dilakukan untuk mengidentifikasi dan mengetahui informasi tentang aspek pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dilanjutkan dengan studi literatur dengan mengumpulkan teori berkaitan dengan objek penelitian, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, pengujian reliabilitas dan validitas data, metode Servqual, dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hal ini dapat diperoleh dari literatur seperti jurnal, media massa, dan hasil penelitian yang diperoleh dari berbagai sumber.

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan kuesioner melalui Google Form. Kuesioner dibuat dalam dua lajur, yaitu kolom ekspektasi (harapan) dan kolom persepsi (realitas) dengan menggunakan skala *likert*. Kolom harapan adalah nilai pengharapan yaitu seberapa tinggi harapan responden akan sesuatu sesuai dengan pernyataan. Sedangkan kolom persepsi adalah sesuai dengan yang responden alami sebenarnya. Variabel penelitian ini diadaptasi dari beberapa penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Jayanti & Sutriyati Purwanti, 2017; Prananda et al., 2019; Simarmata et al., 2018). Operasionalisasi variabel pada penelitian ini menjadi pertanyaan kuesioner dapat dilihat pada Tabel 1. Jumlah responden yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sejumlah 104 responden.

Data yang terkumpul pada penelitian ini dilakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS 25. Data yang dinyatakan valid dan reliabel dilanjutkan ke tahap pengolahan data. Pengolahan data penelitian ini dimulai dengan penerapan metode Servqual. Metode Servqual pada penelitian ini hanya dilakukan pada bagian Gap 5. Nilai Servqual yang diperoleh lalu dipetakan dalam suatu matriks dengan menggunakan metode IPA. Hasil pengolahan data tersebut dilakukan analisis sehingga diperoleh kesimpulan penelitian.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	No Item
Bukti langsung (Tangible)	Lokasi hotel strategis	X1
	Keadaan kamar hotel (bersih, nyaman, luas)	X2
	Toilet kamar hotel (bersih, nyaman, wangi)	X3
	Fasilitas yang ada di kamar hotel (TV, AC, kasur, selimut, WIFI))	X4
	Tempat parkir luas	X5
	Penampilan karyawan (rapi, sopan, seragam, formal)	X6
	Penampilan manajer (rapi, sopan)	X7
	Tersedia kendaraan di hotel (mobil rental)	X8
Keandalan (Realibility)	Ketepatan waktu pelayanan	X9
	Prosedur pelayanan	X10
	Kecepatan melayani tamu	X11
Ketanggapan (Responsiveness)	Daya tanggap terhadap keluhan	X12
	Kesediaan membantu tamu	X13
	Kecepatan menyelesaikan masalah	X14
	Kecepatan merespons pertanyaan	X15
	Keramahan dan kesopanan yang konsisten	X16
Jaminan (Assurance)	Pengetahuan pegawai yang luas	X17
	Keamanan yang terjamin	X18
	Penginapan dapat menjaga privasi tamu	X19
	Keramahan karyawan terhadap pelanggan	X20
Perhatian (Empathy)	Ketersediaan waktu karyawan dalam mendengar keluhan pelanggan	X21
	Karyawan dapat berkomunikasi dengan baik	X22
	Layanan 24 jam	X23
	Memahami kebutuhan tamu	X24

Sumber: Jayanti & Sutriyati Purwanti, 2017; Prananda et al., 2019; Simarmata, *et. al.*, 2018.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Validitas data dilakukan untuk menguji apakah tiap butir pertanyaan telah mengungkapkan faktor yang ingin diselidiki sesuai dengan kondisi populasinya (Prananda, *et. al.*, 2019). Nilai total seluruh butir pertanyaan untuk suatu variabel dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*, syarat minimum untuk dianggap valid adalah nilai r hitung > dari nilai r tabel. r tabel yang didapatkan dengan jumlah $n = 104$ adalah sebesar 0,1909. Oleh karena itu dapat diyakini bahwa instrumen kuesioner dinyatakan valid dan dapat dilanjutkan ke olah data lebih lanjut. Untuk perhitungan selanjutnya dapat di lihat di Tabel 2.

Tabel 2. Uji Validitas

Pertanyaan	Nilai r-Hitung Kenyataan	Nilai r- Hitung Harapan	Keterangan
1	0,538	0,491	VALID
2	0,642	0,756	VALID
3	0,598	0,628	VALID
4	0,723	0,646	VALID
5	0,483	0,477	VALID
6	0,529	0,489	VALID
7	0,745	0,580	VALID
8	0,675	0,591	VALID
9	0,789	0,767	VALID
10	0,678	0,724	VALID
11	0,719	0,665	VALID
12	0,498	0,615	VALID
13	0,612	0,589	VALID
14	0,641	0,593	VALID
15	0,622	0,435	VALID
16	0,698	0,600	VALID
17	0,604	0,653	VALID
18	0,765	0,764	VALID
19	0,544	0,566	VALID
20	0,787	0,633	VALID
21	0,534	0,569	VALID
22	0,524	0,539	VALID
23	0,791	0,708	VALID
24	0,698	0,600	VALID

Sumber: Analisis Data Primer (2021)

Uji Reliabilitas

Reliabilitas data dilakukan untuk menguji apakah sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data (Prananda, *et. al.*, 2019). Angka koefisien reliabilitas berkisar antara 0.00 hingga 1.00. Butir kuesioner dinyatakan reliabel jika memberikan $\alpha > 0.60$. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 3. Hasil tersebut menunjukkan bahwa instrumen reliabel dan dapat dilanjutkan ke tahap pengolahan data.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Item	Cronbach's Alpha	N of Items
PERSEPSI	.935	24
EKSPEKTASI	.935	24

Sumber: Analisis Data Primer (2021)

Servqual

Nilai kepentingan, kepuasan, dan gap dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Gap 5

Variabel	No. Atribut	Mean Kepuasan/ Kenyataan	Mean Kepentingan/ Harapan	Gap 5	Bobot	Servqual Score
<i>Tangibles</i>	X1	2,70	2,90	-0,25	0,15	-0,04
	X2	3,50	3,50	0,02		0,00
	X3	2,80	2,80	-0,04		-0,01
	X4	2,20	2,50	-0,23		-0,04
	X5	3,20	3,60	-0,37		-0,06
	X6	3,30	3,10	0,23		0,04
	X7	3,00	3,10	-0,04		-0,01
	X8	3,00	3,20	-0,17		-0,03
<i>Reliability</i>	X9	3,10	3,20	-0,04	0,20	-0,01
	X10	3,10	3,10	0,00		0,00
	X11	3,30	3,30	-0,02		0,00
<i>Responsiveness</i>	X12	3,40	3,20	0,15	0,18	0,03
	X13	2,60	2,60	0,02		0,00
	X14	3,00	3,00	-0,02		0,00
	X15	2,90	2,70	0,17		0,03
<i>Assurance</i>	X16	3,80	3,80	-0,04	0,21	-0,01
	X17	3,30	3,00	0,23		0,05
	X18	3,60	3,60	0,02		0,00
	X19	3,00	2,90	0,08		0,02
<i>Empathy</i>	X20	2,90	2,90	-0,02	0,26	-0,01
	X21	3,10	3,20	-0,06		-0,02
	X22	2,90	2,90	0,04		0,01
	X23	2,50	2,70	-0,12		-0,03
	X24	3,80	3,80	-0,04		-0,01
Rata-rata		3,08	3,11	-0,02		

Sumber: Analisis Data Primer (2021)

Hasil perhitungan mean dan gap dari variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* digunakan untuk menganalisis kualitas layanan. Nilai kualitas layanan dapat dilihat pada Tabel 5. Apabila nilai $Q \geq 1$, maka kualitas pelayanan dinyatakan dalam kondisi baik (Prananda *et. al.*, 2019).

Tabel 5. Kualitas Pelayanan Setiap Dimensi

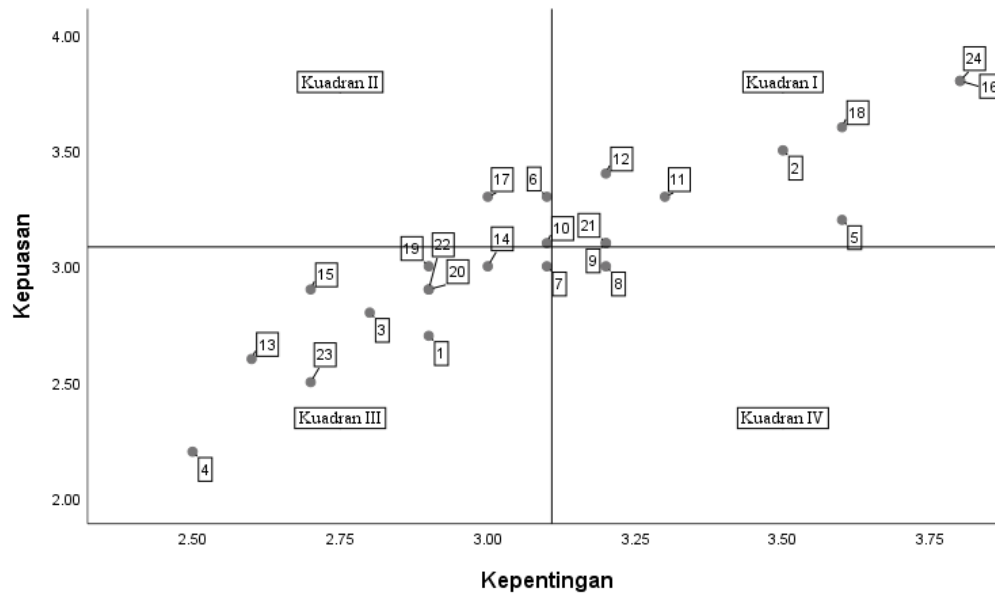
Dimensi	Rata-rata		Gap	Kualitas Layanan Q
	Kepentingan/ Harapan (x)	Kepuasan/ Kenyataan (y)		
<i>Tangible</i>	3,113	3,003	-0,110	0,965
<i>Reliability</i>	3,247	3,227	-0,020	0,994
<i>Responsiveness</i>	2,875	2,960	0,085	1,030
<i>Assurance</i>	3,355	3,430	0,075	1,022
<i>Empathy</i>	3,108	3,068	-0,040	0,987

Sumber: Analisis Data Primer (2021)

Importance Performance Analysis (IPA)

Pada bagian ini dibahas mengenai pemetaan dari nilai Kepentingan (x) dan Kepuasan (y), dari hasil tersebut maka akan terbentuk matriks yang terdiri dari empat buah kuadran yang masing-masing kuadran menggambarkan skala prioritas dalam mengambil kebijakan baik berupa

peningkatan kinerja atau mempertahankan kinerja perusahaan. Diagram Cartesius semua atribut dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Proses IPA Matrix Semua Atribut
Sumber: Analisis Data Primer (2021)

Pembahasan

Hasil pengolahan data dengan menggunakan metode Servqual pada tabel 5 menunjukkan bahwa nilai harapan/kepentingan terbesar adalah pada variabel jaminan (*assurance*) (3,36), nilai harapan/kepentingan terkecil adalah variabel ketanggapan (*responsiveness*) sedangkan rataannya berada pada nilai (3,11). Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki ekspektasi/harapan yang lebih tinggi pada variabel *assurance* dibandingkan dengan variabel yang lain. Hal tersebut juga bahwa jaminan rasa aman menjadi hal yang penting bagi konsumen.

Tabel 5 juga menunjukkan bahwa nilai kenyataan/kepuasan terbesar adalah pada variabel *assurance* (3,43), nilai kenyataan/kepuasan terkecil adalah variabel *responsiveness* (2,96), sedangkan rataannya bernilai (3,08). Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa lebih puas pada variabel *assurance* dibandingkan dengan variabel yang lain. Kepuasan terhadap layanan tersebut dipenuhi dengan memberikan konsistensi terhadap keramahan dan kesopanan oleh karyawan.

Hasil pengolahan data pada tabel 5 menunjukkan nilai Gap 5 terbesar adalah pada variabel bukti langsung (*tangible*) (-0,11), nilai gap terkecil adalah variabel keandalan (*reliability*) (-0,02), sedangkan rataannya bernilai (-0,02). Hal tersebut dapat diartikan bahwa konsumen merasakan

tingkat kesenjangan yang lebih tinggi pada variabel *tangible* dibandingkan dengan variabel lainnya. Akan tetapi tabel 5 juga menunjukkan nilai kesenjangan yang positif pada variabel *responsiveness* (0,09) dan *assurance* (0,08). Hal tersebut menunjukkan bahwa vila CV. Sindangrestu telah berhasil memenuhi ekspektasi/harapan konsumen.

Kualitas berusaha mengukur sejauh mana suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat memenuhi harapan pelanggan (Lubis *et. al.*, 2020). Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 5 ditunjukkan bahwa nilai kualitas (Q) cukup berimbang antar variabelnya. Nilai kualitas jasa vila CV. Sindangrestu bahkan mencapai nilai di atas satu pada variabel *assurance* dan *responsiveness* sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanannya baik. Akan tetapi masih terdapat tiga variabel dengan nilai di bawah satu yaitu *tangible*, *reliability*, dan *empathy* dimana diperlukan upaya-upaya peningkatan agar kualitas layanan semakin baik.

Diagram IPA Matrix yang ditunjukkan pada gambar 2 membagi atribut yang digunakan pada penelitian ini ke dalam empat kuadran. Kuadran I merupakan kuadran yang mengindikasikan kepentingan dan kepuasan yang tinggi. Oleh karena itu atribut yang berada pada kuadran tersebut telah mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen. Atribut yang menjadi bagian dari kuadran I adalah sebagai berikut: keadaan kamar yang bersih, nyaman dan luas (X2); tempat parkir yang luas (X5); ketepatan waktu pelayanan (X9) kecepatan melayani tamu (X11); daya tanggap terhadap keluhan (X12); keramahan dan kesopanan yang konsisten (X16); keamanan yang terjamin (X18); ketersediaan waktu karyawan untuk mendengar keluhan (X21); memahami kebutuhan tamu (X24). Walaupun variabel *tangible* memiliki nilai gap yang paling tinggi tetapi terdapat dua (X2 dan X5) atributnya yang telah berdampak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu CV. Sindangrestu perlu langkah-langkah cepat untuk mempertahankan pelayanan pada atribut tersebut agar konsumen tetap merasa puas dan meningkatkan loyalitas.

Kuadran II mengindikasikan tingkat kepuasan yang tinggi namun tingkat kepentingan yang rendah. Oleh karena atribut pada kuadran tersebut tidak terlalu penting bagi kepuasan konsumen tapi dilakukan berlebihan. Atribut yang termasuk ke dalam kuadran II adalah sebagai berikut: penampilan karyawan (X6); prosedur pelayanan (X10); pengetahuan pegawai yang luas (X17). Walaupun variabel *assurance* merupakan variabel yang dinilai memuaskan ($Q \geq 1$) tetapi terdapat atribut (X17) yang dirasakan berlebihan pengimplementasiannya. Hal ini dikarenakan karakteristik dari konsumen penyewa jasa vila yang cenderung lebih aktif untuk mencari informasi mengenai vila yang akan disewa dibandingkan mendengarkan penjelasan dari penyedia

jasa sewa vila (Puspito et al., 2020). Oleh karena itu dapat dilakukan penyesuaian terhadap aktivitas pemberian informasi sehingga dimungkinkan dapat dilakukan penghematan biaya.

Kuadran III sendiri merupakan kuadran yang mengindikasikan tingkat kepuasan dan kepentingan yang rendah. Oleh karena itu atribut pada kuadran tersebut tidak diharapkan mampu memberikan kepuasan layanan kepada konsumen. Atribut yang termasuk pada kuadran tersebut adalah sebagai berikut: lokasi hotel yang strategis (X1); kebersihan toilet kamar (X3); fasilitas yang ada (X4); penampilan manajer (X7); ketersediaan membantu tamu (X13); kecepatan menyelesaikan masalah (X14); kecepatan merespons pertanyaan (X15); penginapan menjaga privasi tamu (X19); keramahan terhadap pelanggan (X20); karyawan berkomunikasi dengan baik (X22); layanan 24 jam (X23). Gambar 1 menunjukkan bahwa sebagian besar atribut menjadi bagian dari kuadran III yang berarti bahwa tidak perlu dilakukan peningkatan pada atribut tersebut. Hal ini dikarenakan vila yang dikelola oleh CV. Sindangrestu berlokasi di kawasan vila yang telah mengakomodasi hal tersebut.

Kuadran IV mengindikasikan tingkat kepentingan yang tinggi namun dengan tingkat kepuasan yang rendah. Oleh karena itu atribut yang berada pada kuadran tersebut sangat mempengaruhi penilaian konsumen tetapi kinerjanya masih rendah. Atribut yang termasuk pada kuadran tersebut adalah hanya ketersediaan kendaraan di hotel (X8). Hal ini dikarenakan kawasan vila tidak memiliki akses terhadap kendaraan umum dan hal tersebut belum dapat dipenuhi oleh CV. Sindangrestu. Oleh karena itu CV. Sindangrestu perlu melakukan langkah perbaikan dengan segera.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengumpulan dan pengolahan data serta pembahasan yang telah dilakukan, maka dari penelitian ini dapat ditarik beberapa kesimpulan. Tingkat kepuasan pelanggan CV. Sindangrestu pada variabel *tangible* bernilai positif hanya pada atribut kondisi kamar dan penampilan karyawan. Tingkat kepuasan variabel *reliability* bernilai positif hanya pada atribut prosedur pelayanan. Tingkat kepuasan variabel *responsiveness* bernilai positif pada atribut daya tanggap keluhan, kesediaan membantu tamu dan kecepatan merespons pertanyaan. Tingkat kepuasan variabel *assurance* bernilai positif pada atribut pengetahuan pegawai, keamanan, dan privasi tamu. Tingkat kepuasan variabel *empathy* bernilai positif hanya pada atribut kemampuan komunikasi karyawan.

Faktor-faktor yang perlu dilakukan perbaikan dalam upaya peningkatan kepuasan pelanggan CV. Sindangrestu pada variabel *tangible* adalah lokasi vila, kebersihan toilet kamar, kelengkapan fasilitas kamar, tempat parkir, penampilan manajer, dan ketersediaan kendaraan

hotel. Upaya perbaikan pada variabel *reliability* perlu dilakukan pada ketepatan dan kecepatan waktu pelayanan. Faktor yang perlu diperbaiki pada variabel *responsiveness* adalah kecepatan penyelesaian masalah. Perbaikan perlu dilakukan pada variabel *assurance* berkaitan dengan konsistensi sikap sopan dan ramah. Faktor-faktor terakhir yang perlu diperbaiki pada variabel *empathy* adalah keramahan, ketersediaan waktu dalam menerima keluhan, layanan 24 jam, dan memahami kebutuhan tamu.

DAFTAR PUSTAKA

- Isyanto, A.Y., & Dehen, Y.A. (2013). Measurement of Farm Level Efficiency of Beef Cattle Fattening in West Java Province, Indonesia. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 4(10): 100-104.
- Afrilian, P., & Hanum, L. (2022). Faktor-Faktor Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Pemilihan Hotel Bunda Syariah Pada Masa New Normal. *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 114–125. <https://doi.org/10.30630/jipb.v0i0.768>
- BBC Indonesia. (n.d.). Wisatawan Jakarta mulai mengalir hingga Puncak, puluhan orang “reaktif” tes cepat Covid-19 di titik-titik keramaian. BBC News Indonesia. Retrieved January 31, 2023, from <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-53127968>
- Dhika, H., Isnain, N., & Tofan, M. (2019). MANAJEMEN VILLA MENGGUNAKAN JAVA NETBEANS DAN MYSQL. *Ikraith-Informatika*, 3(2), Article 2.
- Iskandar, V., Kartika, E. W., & Kristianto, D. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Era Kebiasaan Baru Pada Hotel Berbintang Lima Di Surabaya. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(2), 187–199. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i2.2575>
- Izadi, A., Jahani, Y., Rafiei, S., Masoud, A., & Vali, L. (2017). Evaluating health service quality: Using importance performance analysis. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 30(7), 656–663. <https://doi.org/10.1108/IJHCQA-02-2017-0030>
- Jayanti, N. D., & Sutriyati Purwanti, M. S. (2017). KUALITAS PELAYANAN (RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPHATY, TANGIBLES) DI LEGEND PREMIUM COFFEE YOGYAKARTA. *Journal of Culinary Education and Technology*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.21831/jcet.v6i1.6760>
- Lubis, F. S., Rahima, A. P., Umam, M. I. H., & Rizki, M. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Pendekatan Structural Equation Modelling (SEM) pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang di Wilayah Kota Pekanbaru. *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 17(1), Article 1. <https://doi.org/10.24014/sitekin.v16i2.9366>
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. AIR MANADO. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), Article 3. <https://doi.org/10.35794/emba.6.3.2018.20411>
- Mawar, M., Andriyani, L., Gultom, A., & Ketiar, K. (2021). Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian LPPM UMJ*, 2021(0), Article 0. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit/article/view/10623>
- Mohebifar, R., Hasani, H., Barikani, A., & Rafiei, S. (2016). Evaluating Service Quality from Patients' Perceptions: Application of Importance–performance Analysis Method. *Osong Public Health and Research Perspectives*, 7(4), 233–238. <https://doi.org/10.1016/j.phrp.2016.05.002>

- Prananda, Y., Lucitasari, D. R., & Khannan, M. S. A. (2019). PENERAPAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL) UNTUK PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN. OPSI, 12(1), Article 1. <https://doi.org/10.31315/opsi.v12i1.2827>
- Pratiwi, A. A. Sg. I. R., & Jatra, I. M. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Tamu Yang Menginap Di The Oasis Boutique Beach Resort And Spa Tanjung Benoa Kab. Badung | E-Jurnal Manajemen. E-Jurnal Manajemen, 3(6), 1653–1666.
- Prihandoyo, C. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JNE CABANG BALIKPAPAN | Jurnal GeoEkonomi. <http://jurnal.fem.uniba-bpn.ac.id/index.php/geoekonomi/article/view/59>
- Puspito, A. P., Kirom, N. R., & Rokhmawati, D. (2020). Pemahaman Faktor-faktor Untuk Meningkatkan Perilaku Konsumen Terhadap Pemilihan Jasa Villa Sebagai Tempat Penginapan (Studi Kualitatif Pada Desa Oro-oro Ombo kec. Batu Kota Batu). Jurnal Penelitian & Pengkajian Ilmiah Mahasiswa (JPPIM), 1(2), Article 2.
- Ramadhian, N. (2020, October 3). Okupansi Hotel di Cianjur Tak Meningkatkan, Promo Gencar Dilakukan Halaman all. KOMPAS.com. <https://travel.kompas.com/read/2020/10/03/213100927/okupansi-hotel-di-cianjur-tak-meningkat-promo-gencar-dilakukan>
- Sepriyanti, M. (2020). PENERAPAN METODE SERVICE QUALITY (SERQUAL) UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN NASABAH BANK KERINCI: Mala Sepriyanti S.A.P. JURNAL ADMINISTRASI NUSANTARA MAHA, 2(2), Article 2.
- Simarmata, H. M. P., Saragih, D. Y., & Panjaitan, N. J. (2018). PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN UNTUK KEPUASAN PELANGGAN HOTEL. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK Dan BI), 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v1i1.44>
- Tjiptono, F. (2016). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian. Penerbit Andi Offset. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/98983/pemasaran-jasa-prinsip-penerapan-penelitian.html>
- Tokan, M. R. L. (2014). KAWASAN VILLA DENGAN PENATAAN LANDSEKAP AGROWISATA DI KOTA SINGKAWANG. JMARS: Jurnal Mosaik Arsitektur, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.26418/jmars.v2i1.6383>