



UNIVERSITAS DHYANA PURA UNDHIRA - BALI

SK MENDIKNAS RI. NOMOR 142/E/O/2011

Perguruan tinggi teladan dan unggulan

SURAT TUGAS MEMBIMBING SKRIPSI

No. 062b/ST-Bimb.Skripsi/UNDHIRA-SI-FEBH-MANAJEMEN/III/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika, Bisnis dan Humaniora Universitas Dhyana Pura, pada semester Genap 2021/2022 menugaskan :

Dr. I Gusti Baqus Rai Utama, S.E., M.MA., M.A

Sebagai **Pembimbing II** pada Skripsi Mahasiswa :

Nama : Kadek Okta Viana
NIM : 18110111010
Fakultas : Ekonomika, Bisnis dan Humaniora
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Perhotelan
Judul Skripsi : **Analisis Tingkat Kepuasan konsumen Berdasarkan Importance Performance Analysis pada Hotel Alila Seminyak**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Bimbingan dilakukan minimal 8 (delapan) kali dan mahasiswa dapat diijinkan mendaftar Ujian Skripsi apabila telah mendapat persetujuan dari Pembimbing.
- Segala biaya yang timbul akibat penetapan surat tugas ini dibebankan pada anggaran Universitas Dhyana Pura Tahun Akademik 2021/2022
- Apabila terjadi kekeliruan dalam penetapan surat tugas ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.
- Surat Tugas ini berlaku sejak tanggal ditetapkan sampai dengan 30 Juni 2022

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dilaksanakan dan atas kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Badung, 29 Maret 2022
Program Studi Manajemen



Ni Putu Dyah Krismawintari, S.E., M.M
Ketua

Menjadikan Universitas Dhyana Pura sebagai pusat pembentukan manusia seutuhnya yang berkualitas secara akademik berakarakter, profesional, perilaku dan spiritual

Alamat : Jl. Raya Padang Luwih, Tegaljaya, Dalung, Kuta Utara, Badung - BALI 80361,
Telp. : (0361) 426450, 426451, Fax (0361) 426452
email : undhirabali@undhirabali.ac.id | website : undhirabali.ac.id

SKRIPSI

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN BERDASARKAN
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS PADA DANOYA
*PRIVATE LUXURY RESIDENCES VILLA***



KADEK OKTA VIANA

18110111010

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA, BISNIS, DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS DHYANA PURA
BADUNG
2022**

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN BERDASARKAN
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS PADA DANOYA
*PRIVATE LUXURY RESIDENCES VILLA***

Skripsi ini Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Pada Program Studi Manajemen, Peminatan Manajemen Perhotelan
Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora Universitas Dhyana Pura

KADEK OKTA VIANA

18110111010

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA, BISNIS, DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS DHYANA PURA
BADUNG
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI

Tanggal, 15 Agustus 2022

Pembimbing I



(Dr. I Wayan Ruspindi Junaedi, S.E.,M.A)

NIP.2145.0012

Pembimbing II



(Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E.,M.MA.,M.A)

NIP.2145.00006

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora
Universitas Dhyana Pura**



(Ni Putu Dyah Kusumawintari, S.E.,M.M)

NIP.01498612

Skripsi Ini Telah Diuji Pada

Tanggal : 15 Agustus 2022

Panitia Penguji Skripsi Berdasarkan SK Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora Universitas Dhyana Pura,

No:22/SKRIPSI/UNDHIRA-FEBH-MANAJEMEN/VIII/2022

Tanggal, 10 Agustus 2022

Ketua/Penguji I : Dr. Gusti Ngurah Joko Adinegara, S.E.,M.A
Sekretaris/Pendamping : Dr. I Wayan Ruspindi Junaedi, S.E.,M.A
Anggota/Penguji II : Ni Putu Dyah Krismawintari, S.E.,M.M

Persetujuan Publikasi Skripsi Untuk Kepentingan Akademis

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Kadek Okta Viana
Nim : 18110111010
Fakultas : Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora
Program Studi : Manajemen
Peminatan : Perhotelan

Demi mengembangkan Ilmu Pengetahuan, menyetujui bahwa karya ilmiah/skripsi saya berjudul "Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Importance Performance Analysis Pada Danoya Private Luxury Residence Villa", beserta dengan perangkat yang diperlukan (bila ada) untuk disimpan, dipublikasikan dan atau diperbanyak dalam bentuk apapun oleh Universitas Dhyana Pura bagi keperluan akademis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Dibuat di : Badung

Pada tanggal : 23 Agustus 2022

Yang menandatangani



9D97AKX037489601
(Kadek Okta Viana)

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Kadek Okta Viana
NIM : 18110111010
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Importance Performance Analysis Pada Danoya Private Luxury Residence Villa.

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah (skripsi) ini bebas dari plagiat dan merupakan karya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti terdapat unsur plagiat dalam karya ilmiah Skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan Mendiknas Republik Indonesia No.17 Tahun 2010 dan Peraturan yang berlaku di Universitas Dhyana Pura.

Badung, 23 Agustus 2022



(Kadek Okta Viana)

NIM. 18110111010

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan *Importance Performance Analysis* Pada Danoya *Private Luxury Residences Villa*”**. Maksud dari penyusunan skripsi adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian sarjana pada Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora Program Studi Manajemen Perhotelan di Universitas Dhyana Pura Bali.

Dalam proses belajar di Universitas Dhyana Pura Bali, banyak pihak yang sangat membantu penulis dalam berbagai hal, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Dalam kesempatan ini, penulis sampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., M.M.A., M.A Rektor Universitas Dhyana Pura Bali dan sekaligus Pembimbing II yang selalu meluangkan waktunya untuk memberikan masukan dan pengarahan dalam menyusun skripsi ini.
2. Dr. Ni Made Diana Erfiani, S.S., M.Hum Wakil Rektor I Bidang Akademik, Riset, Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni Universitas Dhyana Pura Bali.
3. Dr. Drs. R. Tri Priyono Budi Santoso, M.M., Wakil Rektor II Bidang Operasional, SDM dan Pemasaran Universitas Dhyana Pura Bali dan Pembimbing Akademik selama masa kuliah di Universitas Dhyana Pura Bali.
4. Dr.Gusti Ngurah Joko Adi Negara, S.E., M.A, Dekan Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Bali.
5. Ibu Ni Putu Dyah Krismawintari, S.E., M.M., Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Bali.
6. Dr. I Wayan Ruspindi Junaedi, S.E., M.A Pembimbing I yang selalu meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dengan penuh

kesabaran, ketelitian, memberikan pengarahan serta banyak masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

7. Dr. Yeyen Komalasari, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis selama masa kuliah di Universitas Dhyana Pura Bali.
8. Bapak dan Ibu Dosen di Universitas Dhyana Pura Bali, yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama masa kuliah di Universitas Dhyana Pura Bali.
9. Seluruh staff Danoya Private Luxury Residence Villa Seminyak, Bali yang memberikan kesempatan untuk membantu memperoleh data dan melakukan penelitian.
10. Orang tua tercinta yang telah memberikan doa dan dukungannya kepada penulis baik secara moril maupun materi serta adik dan kakak tercinta dan kerabat yang senantiasa memberikan doa serta dukungan semangat kepada penulis.
11. Tedy Darma selaku teman dekat yang selalu memberikan semangat, doa, waktu, dan masukan dalam proses penyusunan skripsi.
12. Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen khususnya kelas MP.B angkatan 2018 yang tak henti memberikan dukungan dan semangat kepada penulis serta semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna pada diri pribadi Penulis, Almamater, Bangsa dan Agama khususnya dalam meningkatkan kualitas Pendidikan dimasa yang akan datang serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

Badung, 5 Juli 2022

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR SKRIPSI TELAH DIUJI.....	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRACT.....	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6

BAB II	KAJIAN PUSTAKA	8
2.1	Landasan Teori.....	8
2.1.1.	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	8
2.1.2	Indikator Kepuasan Konsumen	9
2.1.3	Faktor Utama Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen	10
2.1.4	Manfaat Kepuasan Konsumen	11
2.1.5	Memahami Perilaku Konsumen Yang Tidak Puas...	13
2.1.6	Pengertian Jasa	17
2.1.7	Karakteristik Jasa	17
2.2	Indikator Variabel.....	19
2.3	Hubungan Antar Variabel	20
2.3.1.	Hubungan Bukti Langsung Terhadap Kepuasan Konsumen	20
2.3.2.	Hubungan Keandalan Terhadap Kepuasann Konsumen	21
2.3.3.	Hubungan Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Konsumen	21
2.3.4.	Hubungan Jaminan Terhadap Kepuasan Konsumen	22
2.3.5.	Hubungan Empati Terhadap Kepuasan Konsumen .	23
2.4	Penelitian Sebelumnya	24
2.5	Kerangka Konsep Penelitian.....	29
BAB III	METODE PENELITIAN	31
3.1	Lokasi dan Objek Penelitian.....	31

3.1.1 Lokasi Penelitian.....	31
3.1.2 Objek Penelitian.....	31
3.2 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel	31
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	31
3.3 Jenis dan Sumber Data	33
3.3.1 Jenis Data	33
3.3.2 Sumber Data	33
3.4 Metode Penentuan Populasi dan Sampel	34
3.4.1 Populasi	34
3.4.2 Sampel	34
3.5 Metode Pengumpulan Data	35
3.6 Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	39
4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Danoya Private Luxury Residence Villa	39
4.1.2 Fasilitas-Fasilitas yang dimiliki Danoya Private Luxury Residence Villa	40
4.1.3 Struktur Organisasi Danoya Private Luxury Residence Villa	45
4.1.4 Tugas-Tugas Masing-Masing Bagian	46
4.2 Karakteristik Responden.....	51
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Umur.....	51

4.2.2	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.3	Analisis Data.....	53
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Indikator Variabel Harapan (<i>Importance</i>) dan Kinerja (<i>Performance</i>)	53
4.3.2	Analisis Tingkat Harapan dan Kinerja (<i>Importance . Performance Analysis</i>).....	55
4.3.3	Analisis Diagram Kartesius.....	58
4.4	Pembahasan	61
4.4.1	Tingkat Kesesuaian Harapan-Kinerja	61
4.4.2	Prioritas Berdasarkan Tingkat Kesesuaian.....	62
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1	Simpulan.....	63
5.2	Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Nama Tabel	Halaman
1.1	<i>Guest Comment</i> Pada Danoya Private Luxury Residence Villa	4
3.1	Variabel dan Indikator Penelitian.....	32
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur di Danoya Private Luxury Residence Villa.....	51
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin di Danoya Private Luxury Residence Villa	52
4.3	Hasil Uji Validitas	53
4.4	Hasil Uji Reliabilitas	54
4.5	Tingkat Kesesuaian	55
4.6	Rata-Rata Kualitas Pelayanan Dari 5 Variabel.....	56
4.7	Rata-Rata Gap Performance-Importance (Gap P-I) Kualitas Pelayanan	57

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Nama Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Konsep Penelitian	29
3.1	Diagram Kartesius	38
4.1	Struktur Organisasi Danoya Private Luxury Residence Villa.....	45
4.2	Diagram Kartesius	58

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Nama Lampiran
Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Tabel Karakteristik Responden
Lampiran 3	Tabulasi kuesioner
Lampiran 4	Tabel Uji Reliabilitas dan Validitas
Lampiran 5	Diagram Kartesius

ABSTRACT

This study aims to determine the level of service quality on customer satisfaction and to find out which criteria get the priority that must be improved by the management of Danoya Private Luxury Residence Villa. By using Accidental Sampling, 100 respondents came from consumers who stayed at Danoya Private Luxury Residence Villa. The technique used in this research is an analysis of the level of importance and work performance or Importance Performance Analysis. The results of the calculation of performance expectations and implementation performance at Danoya Private Luxury Residence Villa are an overall average of 98%, it can be categorized as quiet as expected by consumers, and judging from the dimensions, the direct evidence dimension is 97%, the guarantee dimension is 99%, the empathy dimension is 98%, the reliability dimension is 97%, and the responsiveness dimension is 97%. While the variables that are the priority of improvement in this study with the evaluation of the results of the Importance Performance Analysis method, namely there are three (3) service attributes that are still a priority for improvement, namely those in quadrant C. And attributes in quadrant A and quadrant B are expected to maintain performance and are always evaluated.

Keywords: Consumer Satisfaction, Importance Performance Analysis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, serta mengetahui kriteria manakah yang mendapatkan prioritas yang harus diperbaiki oleh manajemen Danoya Private Luxury Residence Villa. Dengan menggunakan Accidental Sampling didapatkan 100 responden yang berasal dari konsumen yang menginap di Danoya Private Luxury Residence Villa. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tingkat kepentingan dan kinerja kerja atau Importance Performance Analysis. Hasil perhitungan dari harapan kinerja dan kinerja pelaksanaan pada Danoya Private Luxury Residence Villa secara rata-rata keseluruhan sebesar 98%, dapat dikategorikan sudah cukup sesuai yang diharapkan oleh konsumen, dan dilihat dari perdimensi ialah dimensi bukti langsung sebesar 97%, dimensi jaminan sebesar 99%, dimensi empati sebesar 98%, dimensi kehandalan sebesar 97%, dan dimensi daya tanggap sebesar 97%. Sedangkan variabel yang menjadi prioritas perbaikan pada penelitian ini dengan evaluasi dari hasil metode Importance Performance Analysis yaitu terdapat tiga (3) atribut pelayanan yang masih prioritas perbaikan, yakni terdapat pada kuadran C. dan atribut yang berada di kuadran A dan kuadran B diharapkan untuk tetap mempertahankan kinerja serta selalu dilakukan evaluasi.

Kata kunci : Kepuasan Konsumen, *Importance Performance Analysis*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri pariwisata di Indonesia sangatlah berkembang khususnya di daerah Bali yang sangat terkenal di Internasional. Tetapi baru-baru ini dunia sedang menghadapi wabah COVID-19. Wabah ini melanda berbagai Negara, termasuk Indonesia pada awal tahun 2020. Sehingga sektor pariwisata sangat mengalami penurunan yang sangat drastis. Bahkan toko-toko pinggir jalan seperti kerajinan yang biasanya dipenuhi dengan turis sekarang hampir semua tutup.

Menurut Muljadi (2012:7) Pariwisata adalah tindakan mengubah tempat tinggal sementara seseorang dari tempat tinggal sehari-harinya dengan tujuan melakukan kegiatan yang dapat menghasilkan upah atau gaji. Selain itu, pariwisata adalah suatu kegiatan, jasa dan produk dari industry pariwisata yang memiliki kemampuan untuk menciptakan pengalaman wisata bagi wisatawan. Pariwisata di Indonesia sangat menarik dengan pemandangan alam dan budaya yang unik. Kekayaan budaya negara kita inilah yang dapat menarik wisatawan asing untuk datang dan berkunjung ke negara kita.

Bali sebagai unggulan pariwisata Indonesia yang memang sudah mendunia. Keindahan alam di Bali pasti akan didapatkan saat berkunjung ke pulau ini. Bali terkenal dengan budaya dan juga seni yang unik dan menarik. Bali memiliki banyak sekali tempat-tempat wisata yang sangat menarik. Bali juga menjadi acuan utama

bagi wisatawan mancanegara maupun domestik untuk melakukan liburan maupun bekerja karena menurut wisatawan asing di Bali banyak tempat yang sunyi dan tenang untuk melakukan pekerjaan yang memang membutuhkan tempat yang tenang

Menurut jurnal Bachtiar (2011), kepuasan konsumen adalah tanggapan positif konsumen terhadap industri yang berkaitan dengan produk dan jasa setelah digunakan atau selama digunakan. Jika ada perbedaan antara pendapat dan hasil aktual dari suatu layanan atau produk, konsumen akan menarik diri. Oleh karena itu, dapat disimpulkan dari beberapa penafsiran para ahli tersebut, bahwa kepuasan konsumen adalah sejauh mana pendapat konsumen atas menerima produk atau jasa yang diberikan dan membandingkan kinerja atas produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang mereka miliki dan Menurut Irawan (2012:31), kepuasan konsumen merupakan hasil akumulasi konsumen atau pelanggan dalam penggunaan produk atau jasa, kepuasan konsumen terhadap suatu pembelian tergantung pada fitur produk sehingga memenuhi harapan pembeli.

Menurut Kotler dalam jurnal Idahwati, et.al (2018 : 200), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang diterima konsumen dan apa yang diinginkan oleh konsumen. Apabila konsumen merasa berkenan pada nilai yang diserahkan oleh produk atau jasa, tinggi kemungkinan konsumen akan menjadi pelanggan dalam jangka waktu lama. Keinginan setiap perusahaan adalah memuaskan dan memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan memuaskan konsumen sesuai dengan kebutuhannya, maka akan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Jika konsumen merasa senang

dengan produk dan jasa yang diberikan perusahaan, maka konsumen akan cenderung akan menggunakan kembali produk dan jasa pada saat membutuhkannya. Dapat diartikan kepuasan merupakan faktor yang sangat berpengaruh pada konsumen dalam melakukan pembelian kembali.

Bila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan tamu, berarti tamu merasa puas akan tetapi jika pelayanan yang diberikan tidak sesuai keinginan tamu, yaitu ketika tamu ditangani oleh karyawan yang tidak berkompeten, keterlambatan dalam pelayanan, merasa tidak nyaman karena karyawan tidak sopan dan kurang bersahabat, ketidakpuasan konsumen akan memberikan reaksi yang berbeda-beda salah satunya adalah membatalkan pembelian, dan konsumen akan menceritakan kekesalannya di media sosial. Jika servis yang dilakukan baik maka konsumen akan merekomendasikan hotel tersebut kepada teman-temannya dan akan semakin banyak tamu yang menginap.

Menurut Dewi et.al, (2019:1650) Villa terdapat beberapa pengertian villa dari berbagai sumber yaitu : kata villa dalam bahasa Inggris berarti sebuah rumah kecil yang dekat atau jauh dan pinggiran kota. (Encyclopedia Britannic, 1961 : 152). Di Amerika Serikat, kata villa dikenal sebagai pengembangan real estate yang sering mengacu pada rumah atau tempat tinggal yang mewah (Encyclopedia Britannic, 1961 : 152). Sedangkan dalam kamus bahasa Indonesia dikatakan bahwa villa adalah sebuah rumah kecil di luar kota atau di pegunungan, yang merupakan rumah peristirahatan yang digunakan hanya pada saat liburan (Kamus Bahasa Indonesia, 1992).

Penelitian ini dilakukan di Danoya Private Luxury Residences Villa, villa ini beralamat di Jalan Batu Belig No.559, Seminyak, Kerobokan Kelod, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali. Telephone (0361) 4735305, dengan alamat email reservation@Danoya.com. Karena letak hotel yang sangat strategis dekat tempat perbelanjaan dan dekat juga dengan pantai. Sehingga wisatawan yang menginap benar – benar bisa merasakan keindahan pantai.

Banyak villa yang mulai berkembang di Bali, terutama daerah Seminyak, maka akan menimbulkan banyak persaingan dalam industri pariwisata. Dengan demikian terdapat adanya persaingan Danoya Private Luxury Residences Villa dengan villa-villa lainnya yang ada dalam lingkungan yang sama untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan untuk dapat meningkatkan penjualan kamar maka perlu adanya pelayanan yang baik sehingga konsumen merasa nyaman menginap dan dalam meningkatkan hunian kamar sehingga Danoya Private Luxury Residences Villa mampu bersaing dengan villa-villa disekitarnya.

Tabel 1.1
Guest Comment pada Danoya Private Luxury Residences Villa

No	Name of Guest	Comment
1	375davidm	<i>We stayed for 6 nights , the room was spacious and the bedroom was upstairs which made the view over the roof tops interesting, the private pool was big enough and the surrounding was perfect for sunbathing, maybe a little tired but for the price it is unbeatable . would definitely stay again.</i>
2	Jodantam	<i>Its a great place for a family relaxation, especially if you have young children and do not plan to travel intensively. Though there are some construction work next door. but the noise level was kept to minimal. I would recommend this villa if you plan a</i>

		<i>family holiday in Bali. Enjoy!</i>
3	<i>Sarah J</i>	<i>Enjoyed my stay at Danoya. Second time to the villa and i was not disappointed. Staff was friendly and always willing to help. Especially Made. I booked the 3 bedroom villa. Villa was clean and big enough for 6 adults. Location is good. Will definitely return.</i>
4	<i>Cunnpato</i>	<i>I did not pay 5 star price so what I got was more than expected. I really enjoyed my stay here and yes in few places it could do with tlc but it's clean and the restaurant serves very good food at reasonable price . Yes I would come here again .</i>
5	<i>Glenniskoay</i>	<i>Wow, can't really believe that we actually went and stayed at the same place again this year. With their new villas, there were definitely more choices of room combinations. With 10 people, we got the family villa with 5 bedrooms. It was a blast. The service were still great, with the staffs still as warm as ever. With Naughty Nuris and the beach in walking distances, who can ask for more.</i>

Sumber : www.tripadvisor.com Danoya Private Luxury Residences Villa

Dari beberapa *guest comment* di atas, menunjukkan wisatawan memberikan komentar yang positif selama mereka menginap di Danoya Private Luxury Residences Villa, mulai dari fasilitas kamar, makanan, fasilitas hotel dan karyawan yang ramah terhadap wisatawan dan dari sekian banyaknya *guest comment* ternyata ada beberapa konsumen yang menginap di Danoya Private Luxury Residences Villa hingga dua kali karena fasilitas yang diterima konsumen membuat yang menginap bisa merasakan nyaman dan puas.

1.2 Rumusan Masalah

- 1) Bagaimanakah kepuasan konsumen berdasarkan *Importance Performance Analysis* pada Danoya Private Luxury Residences Villa?
- 2) Kriteria manakah yang mendapatkan prioritas perbaikan pada Danoya Private Luxury Residences Villa?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui kepuasan konsumen berdasarkan *Importance Performance Analysis* pada Danoya Private Luxury Residences Villa
- 2) Untuk mengetahui kriteria yang mendapatkan prioritas perbaikan pada Danoya Private Luxury Residences Villa

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut manfaat dari penelitian ini adalah :

- 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan untuk menerapkan teori-teori manajemen yang diterima dibangku kuliah dan mengembangkannya di dalam hotel untuk membantu melancarkan suatu permasalahan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tumpuan untuk peneliti-peneliti yang akan meneliti di objek yang sama.

2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi kepada pihak Danoya Private Luxury Residences Villa mengenai tingkat kepuasan konsumen atas lima dimensi jasa yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berdasarkan tingkat kesesuaian harapan konsumen sehingga dapat dipakai untuk mengambil kebijakan dalam mendesain dan meningkatkan kepuasan konsumen.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelanjutan hidup perusahaan, memenuhi kebutuhan konsumen dapat menambah keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk atau jasa pelayanan yang ditawarkan cenderung akan melakukan proses pembelian kembali terhadap produk dan akan kembali menggunakan jasa pada saat konsumen membutuhkan kebutuhan yang sama di kemudian hari. Hal ini menunjukkan faktor kepuasan merupakan kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller yang dikutip oleh Priansa (2016:196) bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas dan apabila kinerja melebihi harapan maka konsumen akan sangat puas atau senang.

Menurut Solomon dikutip oleh Priansa (2016:197) bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan keseluruhan konsumen mengenai produk atau jasa yang telah dibeli oleh konsumen.

Selanjutnya Menurut Kotler dalam jurnal Idahwati, et.al (2018 : 200), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Seorang konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum apabila kalau kinerja dibawah harapan, konsumen akan merasa kecewa, jika kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas dan jika kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas.

Jadi dapat dikatakan dari pengertian diatas, maka yang dimaksud kepuasan konsumen adalah tingkat kepuasan perasaan seseorang yang merasa puas, atas produk yang dibeli atau digunakan.

2.1.2 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut teori Kotler dalam jurnal Suwardi (2011), kunci untuk mempertahankan konsumen adalah kepuasan konsumen. Indikator kepuasan konsumen dapat dilihat dari :

- 1) *Re-purchase* : membeli kembali, dimana konsumen tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang/jasa.
- 2) Menciptakan *Word-of-Mouth* : Dalam hal ini, konsumen akan mengatakan hal – hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.
- 3) Menciptakan Citra Merek : Konsumen akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing.
- 4) Menciptakan Keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama : Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan konsumen atas produk/ atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan konsumen setelah proses pembelian. Apabila konsumen merasa puas, maka konsumen akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk membeli produk tersebut. Konsumen yang puas terhadap produk atau jasa juga cenderung akan memberikan *referensi* yang baik kepada orang lain dan pasti akan kembali datang untuk membeli produk tersebut.

2.1.3 Faktor Utama Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, perusahaan harus memperhatikan 5 faktor utama. Menurut Tjiptono (2012:212) yaitu:

1) *Tangible* (bukti fisik)

Harus bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, representasi fisik produk atau jasa.

2) *Reliability* (keandalan)

Kemampuan untuk melakukan produk atau jasa yang dijanjikan tepat dan terpercaya.

3) *Responsiveness* (daya tanggap)

Kemampuan untuk membantu pelanggan dengan memberikan produk atau jasa dengan cepat atau ketanggapan.

4) *Empathy* (empati)

Syarat untuk peduli, member perhatian pribadi bagi pelanggan.

5) *Assurance* (jaminan)

Kemampuan mencangkup pengetahuan, kesopanan, dan sifat yang dimiliki.

2.1.4 Manfaat Kepuasan Konsumen

Menurut Priansa (2016:197) terlepas dari perbedaan konsepnya, realisasi kepuasan konsumen melalui program perencanaan, implementasi dan pengendalian program khusus diyakini memberikan beberapa manfaat pokok diantaranya :

1) Reaksi terhadap produsen berbiaya rendah

Persaingan dalam banyak industri ditandai dengan *over capacity* dan *over supply*. Hal tersebut menyebabkan potongan harga menjadi senjata strategis untuk meraih pangsa pasar. Fokus pada kepuasan konsumen merupakan upaya dalam mempertahankan konsumen dalam rangka menghadapi produsen berbiaya rendah. Banyak perusahaan yang mendapati bahwa cukup banyak konsumen yang sebenarnya bersedia membayar biaya yang lebih mahal untuk pelayanan dan kualitas yang lebih baik.

2) Manfaat ekonomik retensi konsumen *versus perceptual prospecting*

Beberapa studi menunjukkan bahwa mempertahankan dan memberikan kepuasan terhadap konsumen saat ini jauh lebih murah dibandingkan terus-menerus berupaya menarik atau memprospek konsumen baru. Beberapa riset menunjukkan bahwa biaya mempertahankan konsumen lebih murah empat sampai enam kali lipat dibandingkan biaya mencari konsumen baru.

3) Nilai kumulatif dari relasi berkelanjutan

Berdasarkan konsep *customer lifetime value*, upaya untuk mempertahankan loyalitas konsumen pada barang atau jasa suatu perusahaan selama periode waktu yang sangat lama dapat menghasilkan dampak yang jauh lebih baik dan besar daripada pembelian individual.

4) Daya persuasi *word of mouth*

Pendapat dan opini positif dari teman atau keluarga jauh lebih persuasif daripada iklan. Oleh sebab itu, sangat banyak perusahaan yang tidak hanya meneliti kepuasan total, namun juga meneliti sejauh mana konsumen bersedia merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain. Sebaliknya, *word of mouth negatif* dapat merusak reputasi dan citra perusahaan. Konsumen yang tidak puas dapat mempengaruhi sikap dan dampak penilaian yang negatif terhadap barang dan jasa perusahaan. *Word of mouth* negatif biasanya tersebar jauh lebih cepat dibandingkan *word of mouth* positif. Apalagi ada kecenderungan bahwa lebih besar seseorang konsumen yang tidak puas menceritakan pengalamannya kepada orang lain daripada konsumen yang puas menyampaikan pengalamannya positifnya.

5) Reduksi sensitivitas harga

Seorang konsumen yang puas dan percaya terhadap sebuah perusahaan akan cenderung lebih jarang menawar harga untuk setiap pembelian individualnya. Dalam banyak kasus, kepuasan konsumen mengalihkan fokus pada harga, pelayanan, kualitas.

- 6) Kepuasan konsumen merupakan indikator kesuksesan bisnis dimasa depan
- Pada prinsipnya kepuasan seorang konsumen merupakan sebuah strategi jangka panjang, karena membutuhkan waktu yang cukup lama sebelum membangun dan mendapatkan reputasi atas layanan prima, dan kerap kali juga dituntut investasi besar pada serangkaian pada serangkaian aktivitas yang ditujukan untuk membahagiakan konsumen saat ini dan masa depan.

2.1.5 Memahami Perilaku Konsumen Yang Tidak Puas

Pengertian Perilaku Konsumen Menurut Engel et al dalam Sopiah dan Sangadji (2013:7), perilaku konsumen adalah perbuatan yang langsung terjerumus dalam pengonsumsi, pemerolehan, dan penghabisan produk atau jasa, termasuk dalam proses yang mendahului dan menyusul tindakan tersebut.

Menurut Griffin dalam Sopiah dan Sangadji (2013:8), perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.

Menurut Hasan (2013:161), perilaku konsumen adalah studi proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau mengatur produk, jasa, idea atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

Menurut Sunyoto (2012:161), perilaku konsumen adalah studi proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau

mengatur produk, jasa, idea atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dalam hal ini terjadi ketidakpuasan pelanggan, pelanggan yang tidak puas terhadap produk atau barang yang telah mereka beli dapat berdampak terhadap citra merek atau citra perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa ada beberapa kemungkinan tindakan yang bisa dilakukan pelanggan seperti :

1) Tidak melakukan apa-apa

Konsumen yang tidak puas dan tidak melakukan komplain, tetapi mereka praktis tidak akan membeli atau menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan lagi.

2) Melakukan *complain*

komplain yang disampaikan atas ketidakpuasan dapat dikelompokkan menjadi 3 yaitu :

a. *Voice response*

Hal ini meliputi usaha menyampaikan keluhan secara langsung dan meminta ganti rugi kepada perusahaan yang bersangkutan

b. *Third-party responden*

Tindakan yang dilakukan meliputi meminta ganti rugi secara hukum, mengadu lewat media massa atau secara langsung mendatangi lembaga konsumen, instansi, hukum dan sebagainya

c. *Private response*

Tindakan yang dilakukan antara lain memperingatkan atau memberitahukan keluarganya mengenai pengalaman dengan jasa dan perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Kotler dalam jurnal Yuwono (2017 : 334) pada dasarnya suatu kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai macam metode, yaitu :

1) Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pada pelanggan (*customer oriented*) kesempatan yang luas pada pelanggannya untuk menyampaikan keluhan dan saran, misalnya dengan menyediakan kotak saran dan kartu komentar yang memungkinkan untuk mengatasi masalah yang timbul

2) *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh suatu gambaran mengenai suatu kepuasan konsumen dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan kepada teman-temannya mengenai kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam membeli produk-produk tersebut, selain itu juga mengamati cara penanganan berbagai keluhan yang ada

3) *Lost customer analysis*

Setiap perusahaan seharusnya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti atau telah berpindah kepada yang lain agar memahami mengapa hal itu terjadi

4) *Survey* kepuasan pelanggan

Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan *survey*, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Dari sini perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan

5) *Problem analysis*

Konsumen yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok, pertama, masalah dan kendala yang mereka hadapi saat melakukan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran melakukan perbaikan.

6) *Importance performance analysis*

Lupiyoadi (2015:240), menjelaskan bahwa dengan menggunakan teknik *Importance Performance Analysis*, perusahaan dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen, serta hal-hal apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan atas pelayanan yang telah diberikan, sehingga menjadi dasar untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Analisis IPA ini dipergunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan terhadap kualitas pelayanan (*Importance*) dengan tingkat kinerja kualitas pelayanan (*Performance*).

2.1.6 Pengertian Jasa

Jasa adalah layanan aktivitas yang tidak memiliki fisik, tidak bisa diraba dan tidak terlihat oleh mata yang diberikan dari satu pihak ke pihak lain. Misalnya, keramahan pramugari tidak dapat dilihat tetapi dapat dirasakan oleh penumpang.

Menurut Kotler, Keller dalam Tjiptono (2012:26) Jasa adalah suatu tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Lupioadi (2014:123), Jasa adalah sebuah aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan terbentuk produk fisik atau konstruksi yang umumnya dihasilkan atau dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan konsumen.

Jadi dapat dikatakan dari pengertian diatas bahwa jasa adalah suatu pelayanan yang tidak menggunakan fisik namun bisa dirasakan karena jasa itu suatu yang tidak berwujud.

2.1.7 Karakteristik Jasa

Menurut Malau (2017:59) Jasa mempunyai ciri khusus. Ada empat cirinya yaitu :

- 1) Tidak berwujud (*intangibility*)

Jasa tidak dapat diraba karena tidak ada wujudnya, tidak dapat dilihat, dan tidak dapat disimpan. Sebaliknya, produk adalah barang yang berwujud

misalnya seorang konsumen dapat memegang sabun cuci, menendang ban mobil atau memegang sampel dari makanan.

2) Beragam atau bervariasi

Beragam yaitu jasa yang tidak dapat distandarisasikan. Jasa mempunyai variasi dalam bentuk, kualitas, dan jenisnya tergantung siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Kualitas jasa tergantung kepada orang yang memberikan pelayanan. Perbedaan pelayanan sangat ditentukan oleh kecakapan, kecepatan atau kualitas dari masing-masing orang.

3) Tidak dapat dipisahkan

Jasa tidak dapat dipisahkan dari pembeli dan penerima. Pada umumnya ketika jasa dihasilkan, pada waktu itu juga jasa dikonsumsi oleh konsumen. Berbeda dengan barang dimana barang pada umumnya diproduksi, ditempatkan di gudang, dan dikonsumsi kemudian.

4) Tidak memerlukan tempat penyimpanan

Penyimpanan suatu produk yang berwujud menjadi masalah yang terasosiasi dengan biaya gudang, tetapi berbeda dengan jasa karena jasa tidak bisa disimpan.

2.2 Indikator Variabel

Menurut Rao dan Sahu (2013;41) bahwa terdapat 5 indikator kepuasan konsumen diantaranya :

- 1) *Tangible* (Bukti Langsung) adalah fasilitas fisik yang ditawarkan kepada konsumen yang meliputi fisik, perlengkapan dan pegawai. Indikator yaitu:
 - a. Karyawan berpakaian tepat
 - b. Kebersihan pakaian
 - c. Melayani dengan senyum
 - d. Penampilan yang menarik
- 2) *Reliability* (Kehandalan) adalah konsistensi dari penampilan dan kehandalan pelayanan yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Indikator yaitu :
 - a. Memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan
 - b. Memberi informasi yang akurat
 - c. Lakukan pelayanan yang benar
 - d. Katakan kapan tepatnya pelayanan dapat dilakukan
- 3) *Responsiveness* (Daya Tanggap) yaitu kesigapan dan kecepatan penyediaan jasa dalam menyelesaikan masalah dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Indikator yaitu :
 - a. Karyawan merespon permintaan dengan cepat
 - b. Karyawan memberikan layanan cepat
 - c. Karyawan bersedia membantu kesulitan tamu

- 4) *Assurance* (Jaminan) yaitu kemampuan dan keterampilan petugas, keramahan petugas, kepercayaan dan kenyamanan. Indikator yaitu :
 - a. Karyawan memiliki produk pengetahuan tentang hotel
 - b. Karyawan memiliki keterampilan untuk melakukan pelayanan
 - c. Karyawan berbicara sesuai peraturan dengan tamu
 - d. Karyawan dapat di percaya
 - e. Karyawan membuat tamu merasa aman ketika menginap di hotel
- 5) *Empathy* (Empati) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan. Indikator yaitu :
 - a. Karyawan dapat berkomunikasi dengan tamu dalam Bahasa *Inggris*
 - b. Karyawan dapat berkomunikasi secara efektif
 - c. Karyawan menunjukkan perhatian terhadap tamu
 - d. Karyawan tahu spesifik kebutuhan tamu

2.3 Hubungan Antar Variabel

Menurut Novita (2020 : 23) bahwa terdapat hubungan service quality terhadap kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut :

2.3.1 Hubungan Bukti Langsung terhadap Kepuasan Konsumen

Bukti fisik adalah segala sesuatu yang berwujud dan mendukung operasional layanan jasa. Penampilan, sarana, dan prasarana merupakan bukti nyata tingkat pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

Hubungan bukti fisik (*tangible*) dengan kepuasan konsumen adalah bukti fisik mempunyai pengaruh yang positif terhadap konsumen. Semakin baik tingkat sarana dan prasarana fisik yang diberikan penyedia jasa kepada konsumen, semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Sebaliknya, semakin buruk sarana dan prasarana fisik yang diberikan maka semakin rendah pula kepuasan konsumen.

2.3.2 Hubungan Keandalan terhadap Kepuasan Konsumen

Keandalan adalah kemampuan penyedia jasa dalam mewujudkan dan memberikan layanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Banyak penyedia jasa yang memberikan janji yang membuat konsumen tergiur untuk menjadi pelanggan di perusahaan tersebut. Tetapi, dalam memberikan janji kepada konsumen penyedia jasa juga harus memperhatikan keadaan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri.

Hubungan keandalan (*reliability*) kepada kepuasan konsumen adalah keandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik keandalan yang diberikan penyedia jasa kepada konsumen, maka semakin tinggi tingkat kepuasannya. Sebaliknya, semakin rendah keandalan yang diberikan penyedia jasa, maka akan semakin rendah pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

2.3.3 Hubungan Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Konsumen

Daya tanggap merupakan kemauan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat. Kepuasan konsumen berhubungan erat

dengan interaksi karyawan dengan konsumennya. Sikap dan perilaku karyawan dalam merespon keluhan konsumen mudah terbaca, jika respon karyawan menunjukkan respon yang positif maka konsumen akan merasa dihargai dan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Hubungan daya tanggap (*responsiveness*) dengan kepuasan konsumen adalah semakin baik daya tanggap yang diberikan perusahaan kepada konsumen, maka semakin tinggi tingkat kepuasannya. Sebaliknya, semakin rendah daya tanggap yang diberikan perusahaan, maka akan semakin rendah kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

2.3.4 Hubungan Jaminan terhadap Kepuasan Konsumen

Jaminan merupakan kunci utama dimana konsumen akan menjadi pelanggan atau tidak di perusahaan tersebut. Jaminan ini sangat penting apalagi di perusahaan jasa yang mana kepuasan akan dirasakan setelah konsumen tersebut menjadi pelanggan di perusahaan. Jaminan berupa lingkungan yang aman dan karyawan yang profesional merupakan hal yang diharapkan konsumen dalam menikmati jasa yang diberikan.

Hubungan jaminan (*assurance*) dengan kepuasan konsumen adalah jaminan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap jaminan yang diberikan oleh perusahaan maka, kepuasan konsumen juga semakin tinggi. Apa bila persepsi konsumen terhadap jaminan yang diberikan oleh perusahaan buruk maka, kepuasan konsumen juga akan rendah.

2.3.5 Hubungan Empati terhadap Kepuasan Konsumen

Empati yaitu suatu perhatian yang diberikan perusahaan yang bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dengan adanya perhatian khusus dan komunikasi yang baik dari karyawan atas konsumen akan berpengaruh juga pada kepuasan konsumen, karena konsumen akan merasa diperhatikan oleh perusahaan yaitu apa yang dibutuhkan dan dikeluarkannya ditanggapi oleh pihak perusahaan. Hubungan empati (*empathy*) dengan kepuasan konsumen adalah empati sangat berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan semakin baik persepsi konsumen terhadap kepedulian yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dalam menghadapi konsumen yang emosi dan marah, karyawan harus berkepal dingin dan bersikap empati.

2.4 Penelitian Sebelumnya

Amalia et.al (2018) dengan judul “Importance Performance Analysis (Ipa) Untuk Mengetahui Kepuasan Pelayanan Melalui Kualitas Layanan Aston Braga Hotel & Residence Bandung 2018” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bandung memiliki tempat pariwisata yang beragam yang memiliki daya tarik wisatawan. Hal tersebut mengharuskan kota Bandung untuk memiliki berbagai tempat menginap, salah satunya yang banyak digemari adalah Hotel. Aston Braga Hotel & Residence Bandung adalah salah satu hotel bintang empat yang digemari oleh wisatawan dibanding dengan kompetitornya. Dengan banyaknya permintaan tidak hanya kepuasan yang dirasakan pelanggan tetapi ada pula kekecewaan yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kinerja, harapan pelanggan Aston Braga Hotel & Residence Bandung dan atribut service quality yang harus ditingkatkan. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode importance performance analysis. Peneliti menggunakan objek Aston Braga Hotel & Residence Bandung dengan studi kasus kepada pengunjung objek Aston Braga Hotel & Residence Bandung. Populasi adalah pengunjung objek Aston Braga Hotel & Residence Bandung, dengan sampel responden 100 orang. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan jenis data kuantitatif. Analisis pembahasan yang digunakan adalah importance performance analysis. Hasil penelitian ini adalah kepuasan pelanggan rata-rata Kualitas Layanan, diperoleh bahwa tingkat Harapan sebesar 83,67% yang artinya Sangat Tinggi. Tingkat Kenyataan sebesar 80,23% yang artinya Tinggi. Adapun atribut yang harus ditingkatkan adalah kuadran A atau Prioritas Utama yaitu Staff mampu untuk

menjelaskan produk secara spesifik, Kualitas produk sesuai dengan spesifikasi yang di berikan, dan Aston Braga Hotel & Residence Bandung mampu menyimpan informasi pelanggan dengan baik.

Rizal (2017) dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen Hotel Harmoni Langsa (*Metode Importance Performance Analysis*)” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada Hotel Harmoni Langsa, dengan menggunakan *metode Importance Performance Analysis (IPA)*, konsep *Importance Performance Analysis (IPA)* mengukur kepuasan dengan membandingkan tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja yang dihasilkan oleh Hotel Harmoni Langsa. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2017. Metode analisis data yang digunakan yaitu menggunakan rumus *Importance-Performance Analysis*, digunakan untuk memetakan hubungan antara kepentingan dengan kinerja dari masing-masing atribut yang ditawarkan dan kesenjangan antara kinerja dengan harapan dari atribut-atribut dimensi kualitas pelayanan. Dari analisis data dapat diketahui bahwa Dari keduapuluh atribut diperoleh sebanyak 3 atribut yang melebihi ekspektasi/harapan konsumen dengan nilai Gap positif, Sisanya ada 17 atribut kinerja lebih rendah dibandingkan tingkat kepentingan dengan nilai Gap negatif, Tingkat kinerja yang belum dapat memenuhi tingkat kepentingan diantaranya yang memiliki gap -0 % s/d -10% terdapat 15 atribut sedangkan 2 atribut memiliki tingkat gap diatas -10%. Kondisi ini mengharuskan pihak hotel memprioritaskan perbaikan kinerja pelayanannya pada atribut-atribut yang memiliki tingkat gap negatif terutama atribut yang memiliki gap negatif diatas 10%. Dan berdasarkan diagram kartesius *Importance Performance Analysis (IPA)* diperoleh hasil untuk kuadran I terdapat 2

atribut, kuadran II ada 7 atribut, kuadran III terdapat 4 atribut dan di kuadran IV terdapat 6 atribut.

Suwanda et.al (2015) dengan judul “Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Braja Mustika Hotel & Convention Centre, Bogor” Penelitian ini bertujuan sebagai pengembangan industri pariwisata di Indonesia, ada sejumlah hotel diperlukan sebagai fasilitas akomodasi, karena itu membawa persaingan di antara mereka. Dalam persaingan yang sangat ketat, hotel setiap pengusaha perlu berpikir tentang membuat beberapa ide kreatif dan meningkatkan kualitas layanan mereka akan ditawarkan kepada konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi konsumen demografi di Hotel brajamustika, untuk menganalisis tingkat signifikansi melalui Braja Mustika Hotel kualitas layanan, dan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan melalui Braja Mustika Hotel kualitas layanan. Analisis ofthe data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, Importance Performance Analysis (IPA), dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Studi ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan yang terjadi pada tingkat puas.

Penelitian yang dilakukan oleh Cerovic, dkk (2017) dengan judul “*The use of IPA in the analysis of customer satisfaction in the hotel industry*”. Tujuan dari makalah ini adalah untuk mengidentifikasi kelemahan dan keuntungan dari atribut hotel yang dipilih dengan analisis pentingnya tamu dan evaluasi kinerja. Para responden ditampung di hotel bintang empat dan lima di Serbia. Untuk mengidentifikasi titik lemah yang dapat memungkinkan manajer untuk meningkatkan kualitas layanan, *metode IPA (Importance-Performance Analysis)*

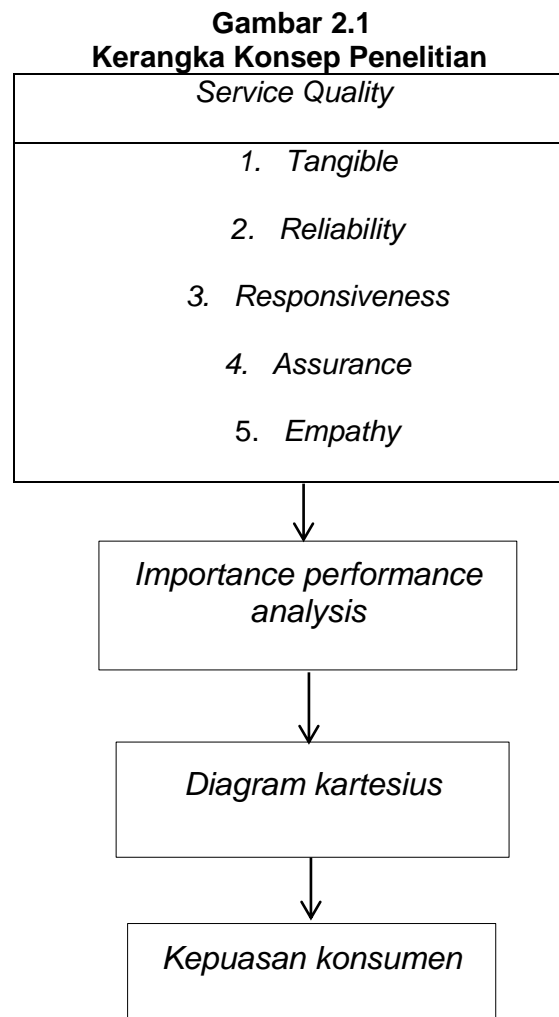
digunakan. Hasil yang diperoleh mengungkapkan bahwa para tamu umumnya puas dengan atribut hotel yang mereka anggap sangat penting, sementara itu tidak demikian dengan yang kurang penting. Selain itu, perbedaan tertentu dapat diamati antara para tamu yang tinggal di hotel kota dan mereka yang di hotel gunung dan spa.

Penelitian yang dilakukan oleh Preziosi et.al (2022) dengan judul "*Delighting Hotel Guest With Sustainability: Revamping Importance-Performance Analysis In The Light Of The Three-Factor Theory Of Customer Satisfaction*". Pariwisata memiliki peran kunci dalam ekonomi global, dan merupakan kontributor signifikan terhadap degradasi lingkungan dan perubahan iklim. Secara bersamaan, ini adalah salah satu bisnis yang paling rentan terhadap penurunan kualitas lingkungan. Di dalam sektor pariwisata, industri perhotelan menyumbang hampir 30% emisi dan dalam beberapa tahun terakhir telah mulai memperkenalkan alat sukarela untuk mengelola dampak lingkungan dari operasinya. Di antara instrumen ini, ecolabel memastikan kepatuhan terhadap kriteria kinerja lingkungan tertentu dan komunikasi yang andal. Di Italia, Legambiente Turismo adalah ecolabel pariwisata paling luas yang memberikan penghargaan lebih dari 300 hotel. Penyelidikan sebelumnya telah menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan praktik kelestarian lingkungan dapat memperoleh keuntungan ekonomi dalam hal penghematan berkat peningkatan efisiensi dan pengurangan limbah. Pada saat yang sama, ketika mengevaluasi kinerja perusahaan, adalah relevan untuk mengeksplorasi bagaimana pelanggan memandang tindakan yang diterapkan oleh industri akomodasi untuk meminimalkan dampak lingkungan dari kegiatannya. Melalui survei yang ditujukan

kepada pelanggan hotel berlabel ramah lingkungan, makalah ini menyelidiki apakah praktik ramah lingkungan membentuk dimensi kualitas layanan tertentu dan apakah praktik ramah lingkungan ini dianggap oleh tamu hotel sebagai faktor kegembiraan di antara atribut kualitas layanan hotel. Hasil menunjukkan bahwa pelanggan mengidentifikasi praktik lingkungan sebagai dimensi spesifik dari hotel berlabel ramah lingkungan. Selain itu, dengan menerapkan teori tiga faktor kepuasan pelanggan, temuan mengidentifikasi praktik ramah lingkungan hotel sebagai kepuasan tamu jika disampaikan dan dikomunikasikan dengan benar. Temuan memiliki implikasi yang signifikan baik dari sudut pandang teoritis dan manajerial, karena mereka menunjukkan bahwa pelanggan secara positif mengakui komitmen hotel terhadap lingkungan alam, yang mewakili strategi diferensiasi yang signifikan di pasar.

2.5 Kerangka Konsep Penelitian

Kerangka konsep penelitian yang berjudul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan *Importance Performance Analysis* Pada Danoya Private Luxury Residences Villa disajikan dalam bentuk Gambar 2.1



Kerangka konsep penelitian adalah kerangka hubungan antara konsep-konsep yang diamati dan diukur melalui penelitian yang akan dilakukan. Kerangka konsep penelitian merupakan gambaran terhadap penelitian yang akan dilakukan

serta memberikan landasan yang kuat terhadap topik yang dipilih dan disesuaikan dengan masalah yang terjadi.

Gambar 2.1 menunjukkan kerangka konsep kepuasan konsumen menggunakan *service quality* yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Importance Performance Analysis* dan Diagram Kartesius.

Hasil dari penelitian ini diharapkan konsumen dan dari hasil penelitian kinerja maka akan menghasilkan tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan tingkat kinerja. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor yang diawali oleh konsumen. Dalam penelitian terdapat dua variabel yang diawali dengan huruf X dan Y, merupakan tingkat kinerja karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen, sedangkan Y merupakan tingkat kepuasan konsumen.

Setelah itu akan dilanjutkan menggunakan Analisis Diagram Kartesius dimana bertujuan untuk mengetahui posisi indikator dan dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Analisis ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi langkah-langkah untuk mempertahankan kinerja, melakukan perbaikan-perbaikan atas kepuasan konsumen yang diberikan kepada konsumen agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Objek Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Danoya Private Luxury Residences Villa, villa ini beralamat di Jalan Batu Belig No.559, Seminyak, Kerobokan Kelod, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali. Telephone (0361) 4735305, dengan alamat email reservation@Danoya.com.

3.1.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah meneliti tentang Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan *Importance Performance Analysis* Pada Danoya Private Luxury Residences Villa.

3.2 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

3.2.1 Identifikasi Variabel

Dalam penelitian ini digunakan dua jenis variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

1) Kinerja (X)

Variabel yang menguasai atau yang menjadi sebab dari perubahan variabel yang lainnya. Variabel yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah pelayanan yang diukur melalui lima dimensi pokok, yaitu : bukti langsung (X_1), kehandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5).

2) Harapan (Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat variabel lainnya. Yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (Y).

Tabel 3.1
Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Kode	Definisi Indikator
Bukti langsung (X1) (tangible)	X1.1	Bangunan Danoya Private Luxury Residences Villa memiliki nuansa modern, fresh dan elegan, dengan design yang instagramnable.
	X1.2	Karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa yang berpenampilan rapi dan menarik dan bernuansa modern.
Jaminan (X2) (assurance)	X2.1	Karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa mampu handle tamu seperti memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh tamu yakni room service.
	X2.2	Karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa memiliki rasa team work seperti saling membantu pelayanan jika karyawan lain membutuhkan bantuan.
	X2.3	Sikap ramah dan sopan karyawan saat handling guest.
Empati (X3)	X3.1	Karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa memberikan perhatian khusus seperti memberikan eye contact pada saat menangani service dan pada saat menangani complain.
	X3.2	Karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa memberikan rasa kepedulian seperti tamu meninggalkan barang berharga.
Kehandalan (X4) (reliability)	X4.1	Danoya Private Luxury Residences Villa memberikan fasilitas transportasi yang tersedia seperti tamu berpergian ke suatu daerah free transportasi dan sopir.
	X4.2	Setiap karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa memberikan pelayanan & kebersihan di restoran dan area sekitarnya.
Daya tanggap (X5) (responsiveness)	X5.1	Karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa memberikan pelayanan yang tepat kepada tamu seperti makanan yang di order datang tepat waktu dan sesuai dengan pesanan.
	X5.2	Setiap karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa mampu berkomunikasi bahasa asing dengan tamu agar menjalin komunikasi yang baik.

Sumber : Row dan Value (2013;41)

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Berdasarkan sifatnya, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini dikategorikan ke dalam data kuantitatif dan kualitatif yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Data Kuantitatif

Yaitu data-data yang dapat dihitung berupa angka-angka dan memiliki satuan hitung, seperti jumlah tamu yang menginap di *Danoya Private Luxury Residences Villa*.

2) Data Kualitatif

Yaitu data yang bentuknya kata-kata, informasi atau keterangan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, seperti sejarah *Danoya Private Luxury Residences Villa*, struktur organisasi dan fasilitas *Danoya Private Luxury Residences Villa*.

3.3.2. Sumber Data

1) Data Primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari *Danoya Private Luxury Residences Villa* Seminyak. Dimana data diperoleh dengan cara melihat data hotel tentang kunjungan tamu. Kemudian hasil data tersebut dikumpulkan dan diolah.

2) Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari studi pustaka melalui jurnal, literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan dan informasi yang diambil dari internet.

3.4 Metode Penentuan Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014:115), populasi merupakan penyamarataan yang terdiri atas objek yang memiliki kuantitas dan keunikan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diamati atau dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang menginap di Danoya Private Luxury Residences Villa.

3.4.2 Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*. Menurut Notoatmodjo dalam jurnal Novita, (2020 : 36), menyatakan bahwa *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel secara aksidental (*accidental*) dengan mengangkat kasus atau narasumber yang bertepatan ada atau tersedia di tempat sesuai dengan konteks penelitian.

Menurut Hair dkk dalam Prawira (2010:46) merekomendasikan jumlah sampel minimum adalah 5 kali dari jumlah item pertanyaan yang terdapat di kuesioner. Total pertanyaan dalam penelitian ini adalah 20 pertanyaan, sehingga minimal ukuran sampel ini adalah:

$$20 \times 5 = 100$$

Jadi, jumlah sampel yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu 100 responden.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang dipakai peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Observasi

Metode observasi adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung terhadap obyek penelitian yang terkait dengan penelitian.

2) Dokumentasi

Adalah pengumpulan data dengan cara mempelajari dokumen-dokumen yang berhubungan dengan perusahaan, seperti sejarah hotel dan struktur organisasi Danoya Private Luxury Residences Villa

3) Kuesioner

Teknik pengumpulan informasi dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada konsumen Danoya Private Luxury Residences Villa sebagai responden untuk diminta keterangan terhadap suatu yang dialami berhubungan dengan masalah yang diteliti dalam penelitian ini. Skala pengukuran yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah skala Likert. Sugiyono (2014:168), menyatakan bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan demikian salah satu cara yang dapat mengkuantifikasi data tersebut yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban responden, sistem skor yang dipergunakan dalam penelitian yaitu berskala lima sebagai berikut:

- a. Jawaban SS = Sangat setuju, diberikan skor 5
- b. Jawaban ST = Setuju, diberikan skor 4

- c. Jawaban N = Netral, diberikan skor 3
- d. Jawaban TS = Tidak setuju, diberikan skor 2
- e. Jawaban STS = Sangat tidak setuju, diberikan skor 1

3.6. Teknik Analisis Data

Menurut Supranto (2011:240) dalam pengukuran kepuasan konsumen digunakan metode deskriptif kualitatif – kuantitatif. Untuk menjawab rumusan masalah mengenai sampai sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja hotel. Teknik yang digunakan adalah analisis tingkat kepentingan dan kinerja kerja atau *importance performance analysis*. Dalam hal ini digunakan skala likert yang terdiri dari sangat puas, puas, cukup puas, kurang puas, dan tidak puas.

Berdasarkan hasil penelitian harapan konsumen dan hasil penelitian kinerja hotel maka akan menghasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan tingkat kinerja hotel. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor yang diawali oleh konsumen. Dalam penelitian ini terdapat dua buah variabel yang diawali oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja villa yang dapat memberikan kepuasan pada konsumen, sedangkan Y merupakan tingkat harapan konsumen. Adapun rumus yang digunakan:

$$TKi = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \dots \dots \dots (1)$$

Dimana

TKi = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja hotel

Yi = Skor penilaian harapan konsumen

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat harapan, dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Rumusnya sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \dots\dots\dots(2)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \dots\dots\dots(3)$$

Dimana:

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat kinerja

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat harapan

n = Jumlah responden

Diagram kartesius merupakan suatu diagram yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X,Y) dimana \bar{X} dan merupakan rata-rata dari skor tingkat kinerja seluruh \bar{Y} adalah rata-rata dari rata skor tingkat harapan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Rumusnya sebagai berikut:

$$\bar{X} = \sum^n \bar{X} \frac{1-i}{K} \dots\dots\dots(4)$$

$$\bar{Y} = \sum^n \bar{Y} \frac{1-i}{K} \dots\dots\dots(5)$$

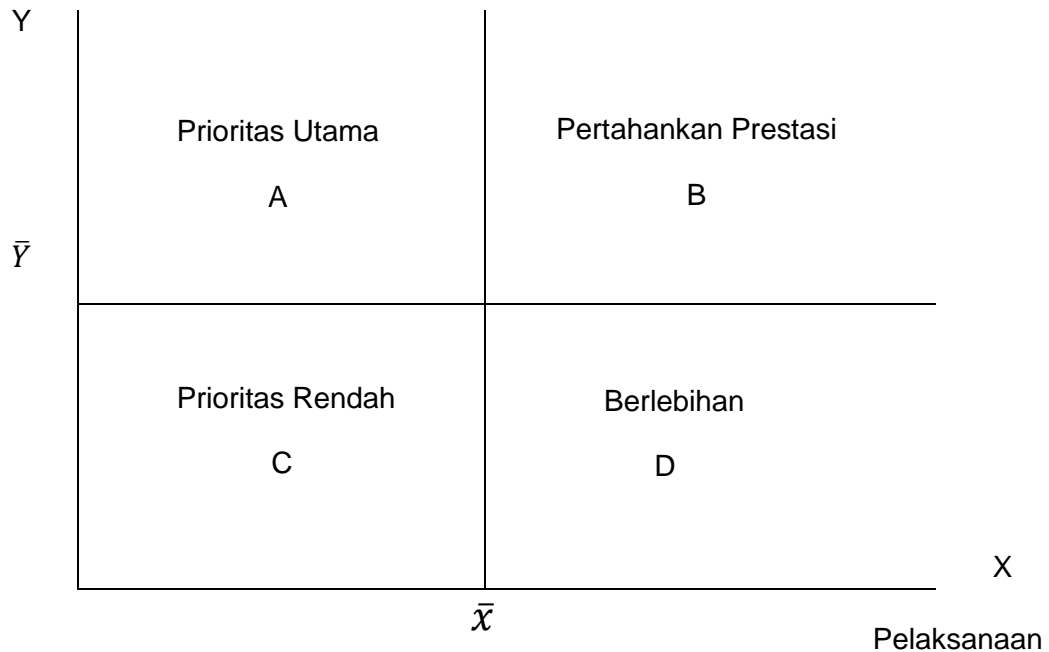
Dimana:

K = Banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

\bar{X} = Rata-rata dari skor tingkat kinerja seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

\bar{Y} = Rata-rata dari skor tingkat harapan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Gambar 3.1
Diagram Kartesius



Sumber : Supranto (2011)

Keterangan:

1. Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan konsumen sehingga mengecewakan/tidak puas.
2. Menunjukkan unsur jasa pokok telah berhasil dilaksanakan perusahaan untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan memuaskan.
3. Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja dianggap kurang penting dan kurang nyaman.

Menunjukkan faktor yang mempengaruhi konsumen yang dianggap kurang penting tetapi dilaksanakan dengan memuaskan oleh perusahaan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Danoya *Private Luxury Residences Villa*

Danoya Villa didirikan oleh PT. Danoya Wisnu pada bulan Desember tahun 2003 dengan 2 kategori yaitu 1 unit 3 bedroom dan 1 unit 2 bedroom dimana desainnya terinspirasi dari desain Mediterania dan Bali. Pada tahun 2006 dibangun kembali 4 unit villa dengan konsep yang sama yang menawarkan desain ruang terbuka yang nyaman dan kolam renang pribadi. Tahap ketiga pembagunan dilaksanakan pada tahun 2008 dengan menambahkan 5 unit villa dengan kategori dan konsep yang berbeda yaitu 3 unit 1 *bedroom* dan 2 unit 2 *bedroom* villa yang menawarkan konsep villa yang elegan dengan desain ruangan tertutup dan dilengkapi dengan pendingin ruangan, dan dilengkapi juga dengan kolam renang pribadi. Pada tahun 2010, Danoya Villa memiliki total 20 unit villa dengan 2 tipe villa yaitu 10 unit disebut tipe Imperial dan 10 lainnya disebut tipe Royal. Namun di tahun yang sama, Danoya Villa melakukan renovasi pada salah satu villa tipe Imperial dengan menambahkan jumlah kamar menjadi villa dengan 5 bedroom. Renovasi kedua kembali dilakukan pada tahun 2017 dengan meng-upgrade 2 villa tipe Imperial menjadi tipe Grand Imperial dengan jumlah kamar masing-masing 3 bedroom. Sampai saat ini, Danoya Villa memiliki 20 unit villa dengan 3 tipe villa yang berbeda dengan tipe tertingginya yaitu Grand Imperial. Tipe Grand Imperial mengusung konsep yang paling mewah dengan desain Mediterania yang dikombinasikan dengan desain Bali yang dibuat elegan. Tipe Imperial juga menawarkan desain Mediterania yang dikombinasikan dengan desain Bali tetapi dibuat dengan lebih sederhana. Sedangkan tipe Royal

menawarkan desain minimalis dan modern yang mengesankan kehidupan iklim tropis yang modern dan elegan. Danoya Villa berlokasi di kawasan Batu Belig. Danoya Villa menawarkan tempat menginap yang luas dengan interior yang mewah yang lokasinya sangat strategis. Dengan perpaduan desain Mediterania dan Bali ini berjarak 1 km dari Pantai Batu Belig, 4 km dari bar yang ramai di Seminyak, dan 10 km dari taman rekreasi air Waterbom Bali.

4.1.2 Fasilitas-Fasilitas di Danoya *Private Luxury Residences Villa*

Danoya *Private Luxury Residences Villa* memiliki berbagai macam fasilitas yang menunjang pelayanan kepada tamu. Berikut fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh Danoya *Private Luxury Residences Villa* ini diantaranya :

1) Room

Danoya Villa merupakan villa yang memiliki konsep *Luxury Residences* dengan desain Mediterania dan Bali (Tipe *Imperial*) dan Modern minimalis (Tipe *Royal*) yang dilengkapi dengan fasilitas yang berteknologi tinggi. Danoya Villa memiliki 20 unit villa yang terbagi menjadi tiga tipe villayaitu Tipe *Grand Imperial*, Tipe *Imperial*, dan Tipe *Royal*. Masing-masing villa memiliki jumlah kamar yang berbeda. Tipe *Grand Imperial* berjumlah 2 unit dengan masing-masing 3 bedroom. Tipe *Imperial* antara lain : 3 unit villa 1 *bedroom*, 2 unit villa 2 *bedroom*, 2 unit villa 3 *bedroom*, dan 1 unit villa 5 *bedroom*. Sedangkan Tipe *Royal* antara lain : 5 unit 3 *bedroom*, 5 unit 2 *bedroom*.

2) Grand Imperial Type

Grand Imperial 3 Bedroom Villa (2 unit), *Grand Imperial 3 Bedroom Villa* merupakan tipe villa tertinggi dengan tiga kamar tidur yang dilengkapi dengan banyak ruangan dan kolam renang pribadi yang

memiliki dekorasi Mediterania Bali yang mewah. Villa ini terbagi menjadi 2 unit villa. *Grand Imperial 3 Bedroom Villa* memiliki fasilitas sebagai berikut: Tiga kamar tidur dengan masing-masing berukuran *King Size* untuk 2 orang dewasa, *Kitchen Set, Private Swimming Pool, Dining Table, Living, Tea and Coffee Facilities, Air Conditioner, Safety Deposit Box, Shower and Bath tub.*

3) *Imperial Type*

a. *Imperial 1 Bedroom Villa (3 unit)*

Imperial 1 Bedroom Villa terdiri dari dua lantai. Lantai pertama memiliki ruang tamu, ruang makan, dapur kecil, dan kolam renang pribadi dengan panjang 7 meter. Sementara itu yang terdapat di lantai dua yaitu kamar tidur dan kamar mandi dalam. Villa ini menampilkan arsitektur modern, ruang tamu terbuka, dan kolam renang pribadi. *Imperial 1 Bedroom Villa* memiliki fasilitas antara lain: satu tempat tidur dengan ukuran *King Size* untuk ukuran dewasa, *Private Swimming Pool, Air Conditioner, Safety Deposit Box, Kitchen Set, Living room, Tea and Coffee Facilities, Shower and Bath tub.*

b. *Imperial 2 Bedroom Villa (2 unit)*

Imperial 2 bedroom villa memiliki ruangan yang luas. Villa ini menyajikan suasana santai dengan pemandangan kolam renang yang indah dan taman tropis. Dilengkapi dengan ruang tamu, termasuk dapur kecil dengan *air conditioning* di dalamnya. Kedua kamar tidur terletak di lantai dua. Villa ini juga memiliki *connecting door* yang menghubungkan villa ke villa *imperial 2 bedroom* lainnya. *Imperial 2 Bedroom Villa* memiliki fasilitas sebagai berikut: dua kamar tidur

dengan masing-masing berukuran *King Size* untuk 2 orang dewasa, *Kitchen Set, Private Swimming Pool, Dining Table, Living Room, Tea and Coffee Facilities, Air Conditioner, Safety Deposit Box, Shower and Bath tub.*

c. *Imperial 3 Bedroom Villa (2 unit)*

Imperial 3 Bedroom merupakan villa dengan tiga kamar tidur yang memiliki banyak ruangan yang dilengkapi dengan pemandangan taman yang menenangkan dan kolam renang pribadi. Villa ini adalah villa private dengan dekorasi Mediterania Bali yang mewah yang terbagi menjadi 2 unit villa. *Imperial 3 Bedroom Villa* memiliki fasilitas sebagai berikut: tiga tempat tidur dengan ukuran *King Size* untuk 2 orang dewasa, *Private Swimming Pool, Air Conditioner, Safety Deposit Box, Kitchen Set, Living Room, Shower and Bath tub.*

d. *Imperial 5 Bedroom Villa (1 unit)*

Imperial 5 Bedroom Villa adalah villa dengan jumlah kamar tidur paling banyak yaitu 5 kamar tidur sehingga untuk ukuran pun dikatakan paling luas. Menampilkan konsep minimalis, konsep terbuka dengan kolam renang pribadi untuk relaksasi saat liburan bersama teman atau keluarga. Semua kamar tidur terletak di lantai dua. Villa ini menjadi 1 unit villa. *Imperial 5 Bedroom Villa* memiliki fasilitas diantaranya: tiga tempat tidur dengan ukuran *King Size Bed* untuk 2 orang dewasa, dua tempat tidur dengan 2 ukuran *Single Size Bed* untuk 2 orang dewasa, *Private Swimming Pool, Air Conditioner, Ceiling Fan, Safety Deposit Box, Kitchen Set, Living Room, Shower and Bath tub, Tea and Coffee Facilities.*

4) *Royal Type*

a. *Royal 2 Bedroom Villa (5 unit)*

Villa Royal 2 Bedroom merupakan villa yang nyaman dan modern menyediakan ruangan dan privasi untuk kebutuhan liburan. Villa ini mengintegrasikan ruang tamu terbuka minimalis dengan sentuhan semi lokal. Dilengkapi dengan 2 kamar tidur dimana semua kamar tidur terletak di lantai dua. Villa ini terbagi menjadi 5 unit villa. *Royal 2 Bedroom Villa* memiliki fasilitas sebagai berikut: satu tempat tidur dengan ukuran *King Size Bed* untuk 2 orang dewasa, satu tempat tidur dengan 2 ukuran *Single Size Bed* untuk 2 orang dewasa, *Private Swimming Pool, Air Conditioner, Safety Deposit Box, Kitchen Set, Living Room, Shower and Bath tub, Tea and Coffee Facilities.*

b. *Royal 3 Bedroom Villa (5 unit)*

Villa dengan 3 buah kamar tidur yang luas dan modern yang menawarkan konsep minimalis dan terbuka dengan sentuhan semi lokal. Semua kamar tidur terletak di lantai dua. Villa ini terbagi menjadi 5 unit villa. *Royal 3 Bedroom Villa* memiliki fasilitas sebagai berikut: dua tempat tidur dengan ukuran *King Size Bed* untuk 2 orang dewasa, satu tempat tidur dengan 2 ukuran *Single Size Bed* untuk 2 orang dewasa, *Private Swimming Pool, Ceiling Fan, Air Conditioner, Safety Deposit Box, Kitchen Set, Living Room, Shower and Bath tub, Tea and Coffee facilities.*

5) *Danoya Restaurant*

Danoya restaurant menyediakan makanan yang khas Indonesia dan pasta. Makanan Indonesia yang dijual di *Danoya Restaurant* salah satunya mie goreng, nasi goreng, dan banyak lagi menu lain yang di taawarkan. *Danoya Restaurant* buka dari pukul 07:00-22:00. *Danoya Restaurant* melayani *Breakfast, Lunch, dan Dinner* untuk tamu yang menginap di dalam villa maupun tamu di luar villa.

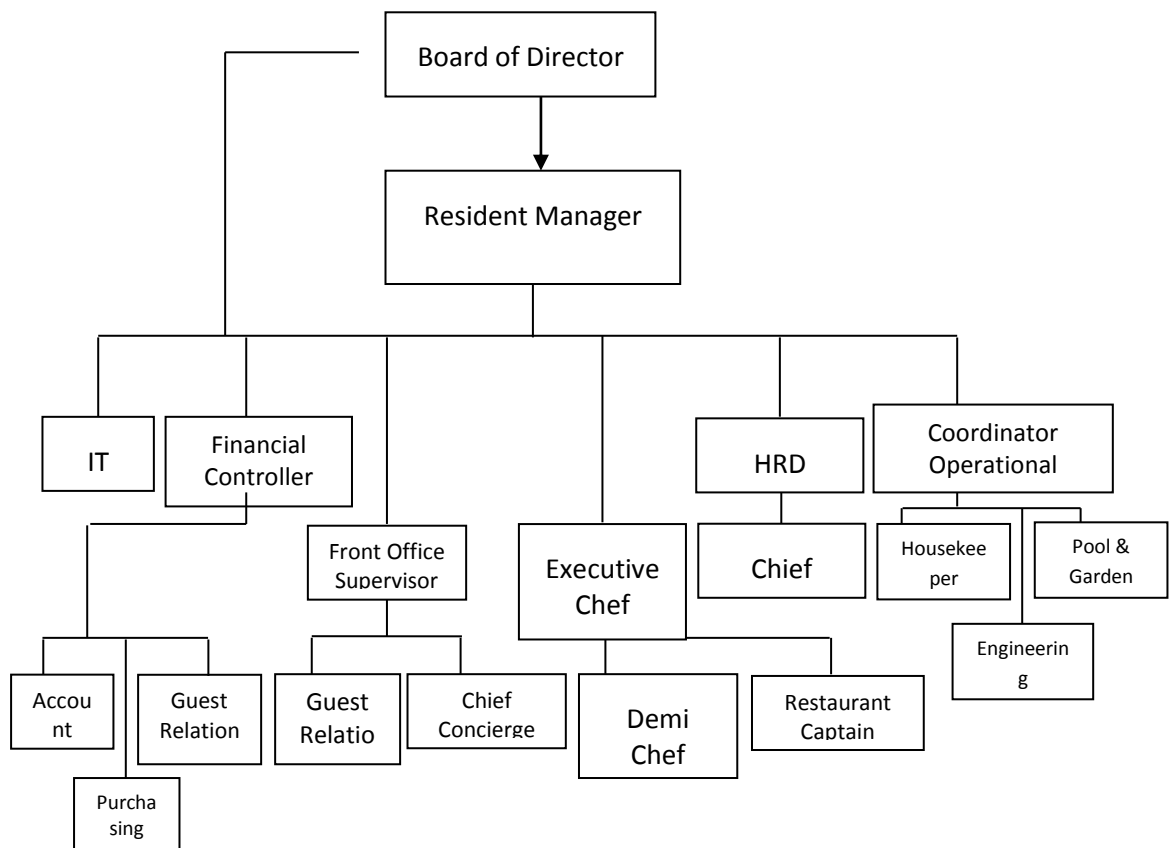
6) *Lounge Sahadewa*

Danoya Villa memiliki launge yang dapat digunakan oleh para tamu yang ingin duduk-duduk santai sambil menunggu waktu *check in* atau menunggu jadwal penerbangan.

4.1.3 Struktur Organisasi Danoya Private Luxury Residences Villa

Adapun struktur organisasi Danoya *Private Luxury Residence Villa* adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi



4.1.4 Tugas dan Tanggung Jawab di Danoya *Private Luxury Residences* Villa

Berikut tugas-tugas dan tanggung jawab dari masing-masing staff di Danoya *Private Luxury Residences* Villa yaitu sebagai berikut :

1) *Board of Director*

Adapun tugas dan tanggung jawab dari *Board of Director* yaitu sebagai berikut:

- a. Memimpin jalannya perusahaan dan mengurus perusahaan sesuai dengan tujuan perusahaan.
- b. Direksi mengatur pola pembagian tugas masing-masing.

2) *Resident manager*

Adapun tugas dan tanggung jawab dari *Resident Manager* yaitu sebagai berikut:

- a. Mengawasi kinerja kepala departemen dan memberikan pengaruh positif pada karyawan di hotel.
- b. Bertugas sebagai orang yang membuat kebijakan di dalam perusahaan untuk meningkatkan reputasi perusahaan.

3) *IT*

Adapun tugas dan tanggung jawab dari *IT* yaitu sebagai berikut:

- a. Mengecek komputer yang akan digunakan berfungsi dengan normal serta memastikan jaringan tetap stabil.
- b. Mengecek seluruh aplikasi yang akan digunakan oleh karyawan berfungsi dengan normal.

4) *Financial Controller*

Adapun tugas dan tanggung jawab dari *Financial Controller* yaitu sebagai berikut:

- a. Merancang, mengkoordinasikan dan mengevaluasi *policy finance* administrasi.
- b. Memonitor dan mengontrol seluruh biaya pengeluaran operasional perusahaan.

5) *HRD*

Tugas seorang hrd adalah menyeleksi orang yang akan mencari pekerjaan serta mengontrol situasi pada hotel / villa setiap harinya.

6) *Coordinator Operational*

Adapun tugas dan tanggung jawab dari *Coordinator Operasional* yaitu sebagai berikut:

- a. Mengoordinasikan dan mengendalikan aktivitas distribusi dan produksi operasional perusahaan.
- b. Mewakili perusahaan dalam berkomunikasi yang kondusif dengan pelanggan yang berkaitan dengan proses produksi dan distribusi operasional.

7) *Front Office Supervisor*

Bertugas untuk memberikan arahan untuk penerimaan tamu di *front office*.

Dan menangani keluhan-keluhan tamu yang tidak bisa diatasi oleh *Front Desk Agent*. Memberikan kesepakatan transaksi paid out tamu dengan jumlah tertentu.

8) *Executive Chef*

Adapun tugas dan tanggung jawab dari *Executive Chef* yaitu sebagai berikut:

- a. Memeriksa semua daftar pesanan barang ke gudang, sebagai *kitchen requisition* (Pengorderan barang untuk keperluan dapur)
- b. Membuat menu yang akan dijual oleh *waitress* dan *f&b product*
- c. Mengawasi semua tugas *f&b product*, khususnya dalam proses pengolahan bahan makanan apakah sudah sesuai dengan standar di perusahaan.

9) *Chief Security*

Bertugas menjaga keamanan asset perusahaan dan juga keamanan lingkungan perusahaan dengan itu kegiatan operasional perusahaan akan berjalan lancar. Dan juga bertugas untuk mengontrol kinerja *security* dalam menjalankan SOP *security* serta melakukan tindakan perbaikan untuk meningkatkan sistem pengamanan.

10) *Housekeeper Coordinator*

Tugas seorang *housekeeper coordinator* adalah membersihkan kamar tamu serta memenuhi segala permintaan tamu sesuai dengan yang tamu tersebut minta agar mereka merasa nyaman.

11) *Pool & Garden Coordinator*

Tugas seorang *Pool & Garden Coordinator* adalah menunggu arahan dari seorang *room attendant* untuk mengetahui villa mana yang harus dibersihkan dan memberi info agar bisa segera membersihkan pool yang telah diarahkan.

12) *Account Receiver*

Adapun tugas dan tanggung jawab dari *Account Receiver* yaitu sebagai berikut:

- a. Update arus kas dan piutang perusahaan
- b. Mengurus piutang yang bermasalah

13) *Guest Relation*

Adapun tugas dan tanggung jawab dari *Guest Relation* yaitu sebagai berikut:

- a. Mengecek langsung untuk memastikan bahwa kamar tamu sudah siap digunakan.
- b. Mempersiapkan semua fasilitas yang disesuaikan dengan standar yang berlaku di perusahaan.
- c. Mempersiapkan informasi untuk kepentingan internal agar semua karyawan hotel mengetahui tamu penting yang akan menginap ataupun yang sudah menginap.

14) *Chief Concierge*

Adapun tugas dan tanggung jawab dari *Chief Concierge* yaitu sebagai berikut:

- a. Pastikan tamu kami selalu mendapatkan sambutan hangat dan salam perpisahan yang tulus dari Anda dan tim Anda
- b. Dukung semua kebutuhan di stan lonceng atau pintu sambil memastikan lobi dan area Pramutamu tampak hebat
- c. Berikan pengalaman yang tak terlupakan kepada tamu dengan layanan yang cepat dan pribadi – jangan lupa untuk mengenali dan mencatat preferensi tamu

15) *Demi Chef*

Demi chef bertugas mengawasi kinerja karyawan dapur serta bertanggung jawab atas resep-resep makanan.

16) *Restaurant Captain*

Adapun tugas dan tanggung jawab dari *Restaurant Captain* yaitu sebagai berikut:

- a. Bertanggungjawab atas kelancaran operasional di area Restoran.
- b. Mengawasi kinerja *waiters/waitress* agar sesuai dengan SOP yang telah ditentukan.
- c. Mengawasi kerapian, kedisiplinan dan ketertiban kinerja *waiters/waitress*.
- d. Mengontrol kebersihan lingkungan Restorasi mulai dari area parkir hingga toilet.

17) *Engineering Coordinator*

Tugas *engineering koordinator* adalah mengawasi semua prosedur dan mengidentifikasi langkah-langkah yang efisien dan hemat biaya untuk perbaikan berkelanjutan, mendukung kemajuan keseluruhan sistem mutu.

18) *Purchasing Officer*

Adapun tugas dan tanggung jawab dari *Purchasing Officer* yaitu sebagai berikut:

- a. Mengatur daftar pembelian barang yang dibutuhkan oleh semua karyawan perusahaan.
- b. Mengkategorikan daftar pembelian antara; pembelian sekali bli & barang bulanan.

- c. Mengontak *supplier & vendor* untuk mendapatkan penawaran harga.

4.2 Karakteristik Responden

4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Umur

Berdasarkan hasil sebaran kuesioner maka dapat dijabarkan karakteristik responden berdasarkan umur sebagai berikut:

Table 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Di Danoya Private Luxury Residences Villa

Klasifikasi	Jumlah Responden (orang)	Presentase Responden (%)
<20 Tahun	2	2
21-30 Tahun	45	45.0
31-40 Tahun	47	47.0
>41 Tahun	6	6
Jumlah	100	100,0

Sumber: Dara Lampiran 2

Berdasarkan tabel 4.1 terdapat bahwa jumlah responden yang berumur kurang dari 20 sebanyak 2 orang, sedangkan responden yang berumur 21-30 tahun sebanyak 45 orang dengan jumlah presentase 45%. Responden dengan umur 31-40 tahun sebanyak 47 orang dengan jumlah presentase 47%. Responden dengan umur lebih dari 41 tahun sebanyak 6 orang dengan jumlah presentase 6%. Jadi dapat dijelaskan sebagian besar responden dalam penelitian ini memiliki umur antara 31-40 tahun.

4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarakan maka dapat diuraikan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan
Jenis Kelamin Di Danoya Private Luxury Residence Villa

Klasifikasi	Jumlah Respdnen (Orang)	Presentase Responden (%)
Laki-Laki	36	46
Perempuan	64	64
Jumlah	100	100

Sumber: Data Lampiran 2

Berdasarkan tabel 4.2 terdapat jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 36 orang dengan jumlah persentase sebanyak 36%. Sedangkan jumlah responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 64 orang dengan jumlah persentase sebanyak 64%. Hal ini dapat menunjukkan responden dengan jenis kelamin perempuan mendominasi. Hal ini menjelaskan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Indikator Variabel Harapan (*Importance*) dan Kinerja (*Performance*)

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana ketetapan dan kecermatan pada suatu alat ukurnya. Apabila nilai rhitung > rtabel, maka dapat dinyatakan butir pernyataan dalam kuesioner valid. Kemudian apabila nilai rhitung < dari rtabel, maka dapat dinyatakan butir pernyataan dalam kuesioner untuk variabel tersebut tidak valid.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Harapan	Kinerja	R Tabel	Ket
1	<i>Tangible 1</i>	0,804	0,608	0,197	<i>Valid</i>
2	<i>Tangible 2</i>	0,784	0,552	0,197	<i>Valid</i>
3	<i>Assurance 1</i>	0,839	0,708	0,197	<i>Valid</i>
4	<i>Assurance 2</i>	0,888	0,501	0,197	<i>Valid</i>
5	<i>Assurance 3</i>	0,907	0,575	0,197	<i>Valid</i>
6	<i>Emphaty 1</i>	0,567	0,645	0,197	<i>Valid</i>
7	<i>Emphaty 2</i>	0,736	0,488	0,197	<i>Valid</i>
8	<i>Reliability 1</i>	0,840	0,526	0,197	<i>Valid</i>
9	<i>Reliability 2</i>	0,827	0,386	0,197	<i>Valid</i>
10	<i>Responsive ness 1</i>	0,882	0,450	0,197	<i>Valid</i>
11	<i>Responsive ness 2</i>	0,875	0,368	0,197	<i>Valid</i>

Sumber : Data Lampiran 4

Pada hasil uji validitas menggunakan 100 kuesioner dengan bantuan software SPSS 23 *for windows*. Dapat diketahui bahwa rhitung > dari rtabel, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang ada di kuesioner telah valid.

2) Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dapat dikatakan reliable jika jawaban responden terhadap pertanyaan tetap konsisten dari waktu ke waktu. Teknik statistic yang digunakan dalam uji reliabilitas ini adalah dengan koefisien Cronbach's Alpha. Suatu kuesioner dikatakan reliable jika nilai koefisien Cronbach's Alpha $> 0,6$ atau 60%.

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas

No	Harapan	Kinerja	Standar Reliabilitas	Ket
1	0,948	0,737	0,600	Reliabel

Sumber : Data Lampiran 4

Dari tabel diatas dapat dinyatakan bahwa hasil dari perhitungan uji reliabilitas dinyatakan sudah reliable karena nilai Cronbach's Alpha $>$ dari 0,6. Hal ini dapat dibuktikan bahwa atribut-atribut dari pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner reliable dimana dapat diartikan bahwa atribut-atribut pada kuesioner yang telah disebar dapat menunjukkan stabilitas dari hasil pengamatan bila diukur menggunakan atribut-atribut tersebut. Jika pertanyaan di kuesioner ini ditanyakan berulang-ulang kepada responden yang berlainan maka hasilnya tidak akan jauh dari rata-rata jawaban reponden dari atribut tersebut.

4.3.2 Analisis Tingkat Variabel Harapan (*Importance*) dan Kinerja (*Performance*)

Dalam menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* ini, kemudian dilakukan perhitungan berikutnya yaitu perhitungan nilai tingkat kepentingan/harapan dan tingkat kepuasan pelanggan/konsumen Danoya Private Luxury Residence Villa. Kemudian menghitung nilai rata-rata tingkat kepuasan dan nilai rata-rata tingkat kepentingan dan untuk hasilnya akan digambarkan ke dalam diagram kartesius yang dibagi dalam 5 kuadran dengan menggunakan bantuan software SPSS 23.0 for Windows.

Tabel 4.5
Tingkat Kesesuaian

No	Atribut	Total	
		Harapan	Kinerja
1	Bangunan Danoya Private Luxury Residences Villa memiliki nuansa modern, fresh dan elegan, dengan design yang intagramnable.	438	426
	Karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa yang berpenampilan rapi dan menarik dan bernuansa modern.	432	420
2	Karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa mampu handle tamu seperti memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh tamu yakni room service.	436	432
	Karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa memiliki rasa team work seperti saling membantu pelayanan jika karyawan lain membutuhkan bantuan.	437	432
	Sikap ramah dan sopan karyawan saat handling guest.	435	432
3	Karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa memberikan perhatian khusus seperti memberikan eyes contact pada saat menangani service dan pada saat menangani complain.	428	425
	Karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa memberikan rasa	441	429

	kepedulian seperti tamu meninggalkan barang berharga.		
4	Danoya Private Luxury Residences Villa memberikan fasilitas transportasi yang tersedia seperti tamu berpergian ke suatu daerah free transportasi dan sopir.	443	430
	Setiap karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa memberikan pelayanan & kebersihan di restoran dan area sekitarnya.	432	422
5	Karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa memberikan pelayanan yang tepat kepada tamu seperti makanan yang di order datang tepat waktu dan sesuai dengan pesanan.	435	422
	Setiap karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa mampu berkomunikasi bahasa asing dengan tamu agar menjalin komunikasi yang baik.	427	413
Nilai rata-rata		98%	

Sumber : Data Lampiran

Dalam tabel 4.5, nilai rata-rata tingkat kesesuaian secara keseluruhan sebesar 98%, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada Danoya Private Luxury Residence Villa sudah sesuai hareapan. Dikarenakan rata-rata dimensi pokok (*Tangible, assurance, Emphanty, Reliability, dan Responsiveness*) , maka kualitas pelayanan tidak perlu untuk diperbaiki tetapi harus dipertahankan.

Tabel 4.6
Rata-Rata Kualitas Pelayanan Dari 5 variabel

No	Variabel	Rata rata		Tingkat Kesesuaian
		Harapan	Kinerja	
1	<i>Tangible</i> (bukti langsung)	4.35	4.23	97%
2	<i>Assurance</i> (jaminan)	4.36	4.32	99%
3	<i>Emphaty</i> (empati)	4.35	4.27	98%
4	<i>Reliability</i> (kehandalan)	4.38	4.26	97%
5	<i>Responsive ness</i> (daya tanggap)	4.31	4.18	97%

Rata-rata Keseluruhan	4.35	4.25	98%
-----------------------	------	------	-----

Sumber : Data Lampiran

Berdasarkan data pada tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata keseluruhan untuk nilai kesesuaian pada 5 dimensi servqual yaitu 98%. Nilai ini dapat ditentukan dari skor harapan yang dibandingkan dengan skor kinerja yang berbentuk persentase, maka hasil dari perhitungan persentase tingkat kesesuaian seluruh dimensi adalah 98%. Jadi dapat disimpulkan Bahwa kualitas pelayanan pada Danoya Private Luxury Residences Villa sudah sesuai dengan harapan jadi tidak perlu ada yang diperbaiki tetapi harus dipertahankan.

Tabel 4.7
Rata-Rata Gap Performance-Importance (Gap P-I) Kualitas Pelayanan

No	Variabel	Rata rata		Tingkat Kesesuaian
		Harapan	Kinerja	
1	<i>Tangible</i>	4.35	4.23	-0.12
2	<i>Assurance</i>	4.36	4.32	-0.04
3	<i>Emphaty</i>	4.35	4.27	-0.08
4	<i>Reliability</i>	4.38	4.26	-0.12
5	<i>Responsiveness</i>	4.31	4.18	-0.14
Rata-rata Keseluruhan		4.35	4.25	0.10

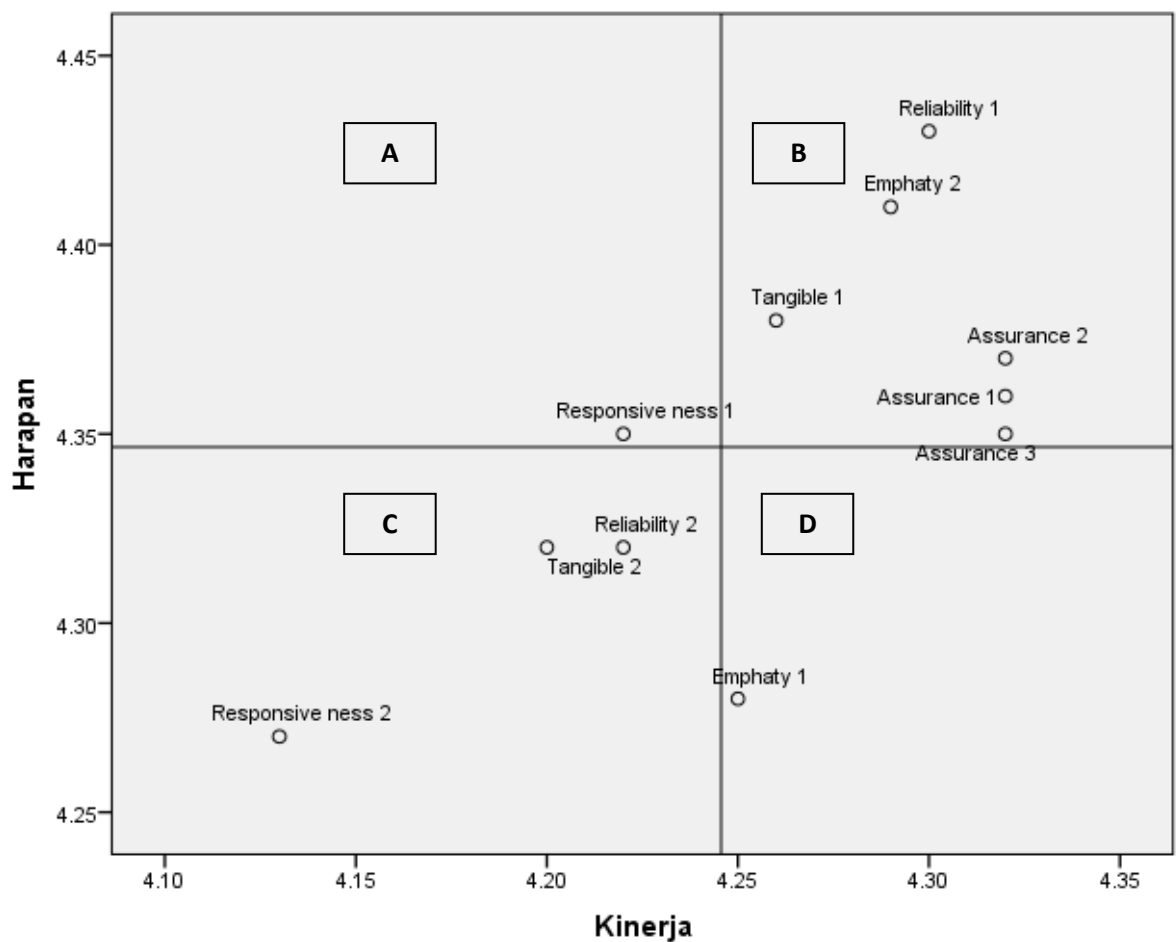
Sumber : Data Lampiran

Berdasarkan data pada tabel 4.7 diatas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata keseluruhan nilai gapper dimensi servqual semuanya memiliki nilai negative, dimana nilai gap tertinggi berada pada dimensi responsiveness yaitu -0,14 sedangkan nilai gap terendah berada pada dimensi assurance yaitu -0,04. Maka Danoya Private Luxury Residences Villa harus meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu. Setelah diketahui penilaian tingkat kesesuaian dan nilai gap P-I, maka selanjutnya penelitian ini akan menggunakan

analisis Importance Performance Analysis (IPA) untuk dapat mengetahui pemetaan prioritas layanan, diagram kartesius merupakan gambar yang akan memetakan atribut apa saja yang masuk dalam kuadran A, B, C dan D.

4.3.3 Analisis Diagram Kartesius

Gambar 4.2
Diagram Kartesius



Sumber: Data Lampiran 5

Berdasarkan pada diagram kartesius gambar 4.2 diatas menunjukkan bahwa terdapat satu (1) atribut di kuadran A, enam (6) atribut di kuadran B, tiga (3) atribut di kuadran C, dan satu (1) atribut di

kuadran D. kuadran A adalah prioritas utama dimana tamu sebagai responden merasa bahwa atribut-atribut pada kuadran ini sangatlah penting dan mempunyai harapan yang tinggi namun belum merasakan kinerja yang maksimal. Adapun atribut-atribut tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa memberikan pelayanan yang tepat kepada tamu seperti makanan yang di order datang tepat waktu dan sesuai dengan pesanan.

2. Kuadran

- a. Kuadran A

Dari kuadran A dapat dilihat bahwa hanya terdapat 1 atribut yaitu Empati dan ada 1 atribut dari dimensi *Responsiveness*. Jika dihubungkan dengan hasil perhitungan tingkat kualitas pelayanan pada Danoya Private Luxury Residences Villa dalam tabel, dapat diketahui bahwa kualitas di kuadran ini sudah baik tetapi perlu ditingkatkan lagi.

- b. Kuadran B

Dimana pada kuadran ini memiliki kinerja yang perlu dipertahankan oleh pihak Danoya Private Luxury Residences Villa menurut evaluasi tamu sebagai responden, keberadaan atribut pelayanan pada kuadran ini dianggap penting oleh tamu karena memiliki kinerja yang baik. Jadi Danoya Private Luxury Residences Villa harus mempertahankan kinerja atribut ini agar meningkat menjadi lebih baik dan memenuhi apa yang diinginkan oleh tamu. Serta menjadi positif word of mouth bagi Danoya Private Luxury

Residences Villa. Hasil dari analisis ini terdapat enam (6) atribut di kuadran B, yaitu:

- (1) Bangunan Danoya Private Luxury Residences Villa memiliki nuansa modern, fresh dan elegan, dengan design yang intagramnable,
- (2) Karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa mampu handle tamu seperti memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh tamu yakni room service,
- (3) Karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa memiliki rasa team work seperti saling membantu pelayanan jika karyawan lain membutuhkan bantuan.
- (4) Karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa memberikan rasa kepedulian seperti tamu meninggalkan barang berharga.
- (5) Danoya Private Luxury Residences Villa memberikan fasilitas transportasi yang tersedia seperti tamu berpergian ke suatu daerah free transportasi dan sopir.

c. Kuadran C

Dimana pada kuadran ini memiliki prioritas yang rendah dimana harapan tamu tentang layanan ini rendah dan kinerjanya pun kurang baik, jadi pihak Danoya Private Luxury Residences Villa tidak mesti memberikan fokus kepada atribut yang berada di kuadran ini. Hasil dari analisis ini terdapat tiga (3) atribut pada kuadran ini, yaitu:

- (1) Karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa yang berpenampilan rapi dan menarik dan bernuansa modern.
- (2) Setiap karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa memberikan pelayanan & kebersihan di restoran dan area sekitarnya.
- (3) Setiap karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa mampu berkomunikasi bahasa asing dengan tamu agar menjalin komunikasi yang baik.

d. Kuadran D

Dimana pada kuadran ini sudah menunjukkan kinerja yang sudah baik bahkan melebihi harapan tamu karena sebenarnya tamu tidak mempunyai harapan pada atribut layanan ini, sehingga tidak perlu focus yang berlebihan pada atribut di kuadran ini. Hasil dari analisis ini terdapat satu (1) atribut pada kuadran ini, yaitu:

- (1) Karyawan Danoya Private Luxury Residences Villa memberikan perhatian khusus seperti memberikan eyes contact pada saat menangani service dan pada saat menangani complain.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Tingkat Kesesuaian Harapan-Kinerja

Berdasarkan data dari hasil penelitian ini secara keseluruhan untuk kepuasan terhadap kualitas pelayanan di Danoya Private Luxury Residences Villa dapat dilihat dari lima (5) dimensi servqual (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*) sudah memiliki kinerja yang baik

menurut tamu, dan harapan yang terpenuhi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tamu sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pada Danoya Private Luxury Residences Villa. Hal ini dapat dilihat dari jumlah rata-rata pada kelima dimensi servqual 98%. Walaupun sebenarnya masih ada beberapa item atribut yang perlu ditingkatkan dan tetap harus diprioritaskan perbaikannya. Masih terdapat tiga (3) atribut pelayanan yang masih prioritas perbaikan, yaitu terdapat di kuadran C. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak, yang artinya terdapat perbedaan antara *performance* dan *importance*. Tingkat kepuasan tamu sangat berperan penting pada kualitas pelayanan di Danoya Private Luxury Residences Villa.

4.4.2 Prioritas Berdasarkan Tingkat Kesesuaian

Berdasarkan hasil data penelitian ini, diagram kartesius digunakan untuk menggambarkan posisi atribut yang memetakan tingkat kepentingan bagi tamu. Hasil menunjukkan pada atribut yang terletak pada kuadran A dan kuadran B menjadi prioritas utama yang harus dilakukan sesuai dengan yang diinginkan oleh tamu, karena faktor ini sangat penting serta kinerjanya harus tetap dipertahankan. Kuadran A menunjukkan atribut yang dianggap penting oleh tamu tetapi kinerjanya masih belum memuaskan. Maka dari itu pihak Danoya Private Luxury Residences Villa harus lebih memprioritaskan untuk meningkatkan kinerja pada atribut di kuadran ini sesuai agar sesuai dengan keinginan dan harapan tamu.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan pada Danoya Private Luxury Residences Villa, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan pemetaan melalui importance performance analysis (IPA), atribut pelayanan pada Danoya Private Luxury Residences Villa menyebar di empat (4) kuadran diagram kartesius, dan atribut kinerja pada Danoya Private Luxury Residences Villa juga masih perlu ditingkatkan. Menurut tamu kualitas pelayanan pada Danoya Private Luxury Residences Villa sudah memenuhi harapan tamu. Tetapi semua dimensi memiliki nilai gap negative, walaupun tidak mencapai >-1 (lebih dari -1). Berdasarkan hasil penelitian ini tamu sudah dapat dikatakan puas dengan kualitas pelayanan pada Danoya Private Luxury Residences Villa, di ketahui dari tingkat kesesuaian yang mencapai 98%. Meskipun ada beberapa atribut yang perlu ditingkatkan.
- 2) Kriteria yang termasuk di prioritaskan Pada Danoya Private Luxury Residences Villa berdasarkan tingkat kesesuaian yaitu ada pada kuadran A dimana termasuk *responsiveness*. Dimana atribut tersebut yang merupakan prioritas utama yang harus dilakukan sesuai dengan harapan tamu, karena faktor tersebut sangatlah penting dan kinerjanya harus dipertahankan serta ditingkatkan. Atribut ini adalah atribut yang menjadi prioritas utama yang harus dilakukan sesuai

dengan keinginan tamu, karena faktor ini dianggap sangat penting dan kinerjanya perlu dipertahankan serta selalu dilakukan evaluasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi Danoya Private Luxury Residences Villa sesuai dengan kesimpulan yang telah diuraikan diatas yang menunjukkan bahwa tamu sudah merasa puas dengan pelayanan. Tetapi nilai kesenjangan dari kualitas pelayanan masih bernilai negatif meskipun tidak terjadi perbedaan yang signifikan.
- 2) Bagi peneliti selanjutnya yang akan atau tertarik mengambil topik ini, agar memperluas dengan menambah sampel dengan yang lebih representatif, serta dapat mengembangkan teknik analisis yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, S. F., & Sastika, W. 2018. Importance Performance Analysis (IPA) Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Layanan Aston Braga Hotel & Residence Bandung Tahun 2018. *eProceedings of Applied Science*, 4(2).
- Corevic, S. Knezevic, M. Dusan, B. 2017. *The use of IPA in the analysis of customer satisfaction in the hotel industry*. DOI: 10.5937/EKOPRE1704245K
- Hassan, Syed Taimoor, Tehseen Azhar, dan Farooq, Asfandyar. 2014. *Impact Of Service Recovery On Customer Satisfaction In Hospitality Industry Of Pakistan*, 14812-17282-1-pb,
- Idahwati 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Cleaning Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. ISS Indonesia. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 3(1), 193-207.
- Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran* . Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P and Armstrong, G. 2012. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Malau. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Muljadi, A.J. 2012. *Kepariwisata dan Perjalanan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- No, M. S. M. P. Strategi Pelayanan Prima Bagi Pelanggan Villa Air Bali Boutique Resort And SPA Oleh Anak Agung Sasmita Dewi¹), Budi Susanto²) & I Putu Budiarta³).
- Novita, 2020. Analisis Kualitas Pelayanan Berdasarkan Importance Performance Analysis Pada Hotel W Bali Seminyak. Skripsi. Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora. Bali : Universitas Dhyana Pura.
- Preziosi, M., Acampora, A., Lucchetti, M. C., & Merli, R. 2022. Delighting Hotel Guests with Sustainability: Revamping Importance-Performance Analysis in the Light of the Three-Factor Theory of Customer Satisfaction. *Sustainability*, 14(6), 3575.
- Priansa. 2016. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Rizal, 2017. *Analisis Kepuasan Konsumen Hotel Harmoni Langsa (Metode Importance Performance Analysis)*, Vol: 3. No. 2.

- Sandewi. 2019. "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan The Anvaya Resort Bali*". Skripsi. Jurusan Manajemen Perhotelan, Universitas Dhyana Pura-Bali.
- Sangadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Suwanda, S. A., & Siregar, E. 2015. Analisis Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Braja Mustika Hotel & Convention Centre, Bogor. *Jurnal Manajemen*, 19(3), 321-339.
- Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi ketiga. Yogyakarta: Andi.
- Yuwono, H., & Yuwana, S. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Di Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(1), 331-346.

Lampiran 1: Kuesioner

KUESIONER (*QUESTIONNAIRE*)

Kepada Yth Saudara/ Saudari responden,

Bersama kuisisioner ini, saya Kadek Okta Viana mahasiswa Universitas Dhyana Pura sedang menyusun sebuah skripsi dengan judul “**Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan *Importance Performance Analysis* Pada Danoya Private Luxury Residences Villa**” sebagai salah satu syarat kelulusan, maka sangat dibutuhkan pendapat berupa jawaban kuisisioner dari Saudara/Saudari untuk melengkapi penelitian ini. Besar harapan saya, kiranya Saudara/Saudari bersedia mengisi kuisisioner ini dengan jujur sesuai dengan pengalaman anda. Atas bantuan Saudara/ Saudari saya ucapkan terima kasih.

Badung, 24 Mei 2022

Hormat saya,

Kadek Okta Viana
NIM: 18110111010

Dearest Respondents,

*I am Kadek Okta Viana a student of Dhyana Pura University, currently doing research about "**Analysis of Consumer Satisfaction Levels Based on Importance Performance Analysis at Danoya Private Luxury Residences Villa**". I really beg your willingness to fill in up the following statements on this questionnaire. These informations are only use for this research and it will be secured confidentially. I do really appreciate for your willingness and contribution. Thank you so much.*

Badung, 24 Mei 2022

Yours faithfully,

Kadek Okta Viana

NIM: 18110111010

A. IDENTITAS RESPONDEN/ RESPONDENT IDENTITY:

Nama/ *Name* :

Umur/ *Age* :

Jenis kelamin/ *Gender* : Laki-laki/ *Male* Perempuan/
Female

B. PETUNJUK/ HINT:

Berilah tanda check list (√) pada salah satu pilihan yang paling sesuai dengan apa yang saudara alami / rasakan.

Give the answers on the following statements according to your opinion by giving it a mark (√) on the columns that are available.

Catatan/ *Note:*

- a. 1 = Sangat Setuju/ *Strongly Agree*
- b. 2 = Setuju/ *Agree*
- c. 3 = Cukup Setuju/ *Quite Agree*
- d. 4 = Tidak Setuju/ *Disagree*
- e. 5 = Sangat Tidak Setuju/ *Strongly Disagree*

Lampiran 2: Tabel Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Di Danoya Private Luxury Residence Villa

Klasifikasi	Jumlah Responden (orang)	Presentase Responden (%)
<20 Tahun	2	2
21 - 30 Tahun	45	45.0
31 - 40 Tahun	47	47.0
>41 Tahun	6	6
Jumlah	100	100,0

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Di Danoya Private Luxury Residence Villa

Klasifikasi	Jumlah Responden (orang)	Presentase Responden (%)
Laki – Laki	36	46
Perempuan	64	64
Jumlah	100	100

72	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	50
73	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	50
74	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	50
75	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	3	39
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
78	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	49
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
85	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	43
86	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	49
87	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	51
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
100	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	49

Responden	Kinerja											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Total
1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	43
2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	43
3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	48
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	45
5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	48
6	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	43
7	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	46
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	43
9	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	38
10	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	48
11	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	46
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
13	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	51
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
15	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	49
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
17	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	45
18	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	51
19	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	46
20	4	4	5	5	5	3	5	5	4	4	4	48
21	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	51
22	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	49
23	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	4	47
24	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	52
25	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	49
26	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	45
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
28	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	48
29	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	49
30	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	49
31	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	49
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
35	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	49
36	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	48

37	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	46
38	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	50
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
40	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
42	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	46
43	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	49
44	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	47
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
47	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	46
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
50	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	50
51	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	45
52	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
53	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	51
54	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	48
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
56	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	52
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
58	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	47
59	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	50
60	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	50
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
62	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	46
63	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	49
64	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	47
65	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	53
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
67	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	46
68	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	48
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
70	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	46
71	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	51
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	46
73	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	52
74	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	48

75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
76	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	46
77	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	48
78	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	46
79	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	47
80	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	46
81	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
82	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	46
83	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	47
84	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	46
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
87	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	47
88	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	45
89	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	48
90	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	50
91	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	51
92	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	49
93	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	48
94	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	48
95	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	46
96	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	47
97	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	47
98	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	46
99	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	47
100	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	49

Lampiran 4: Tabel Uji Reabilitas dan Validitas

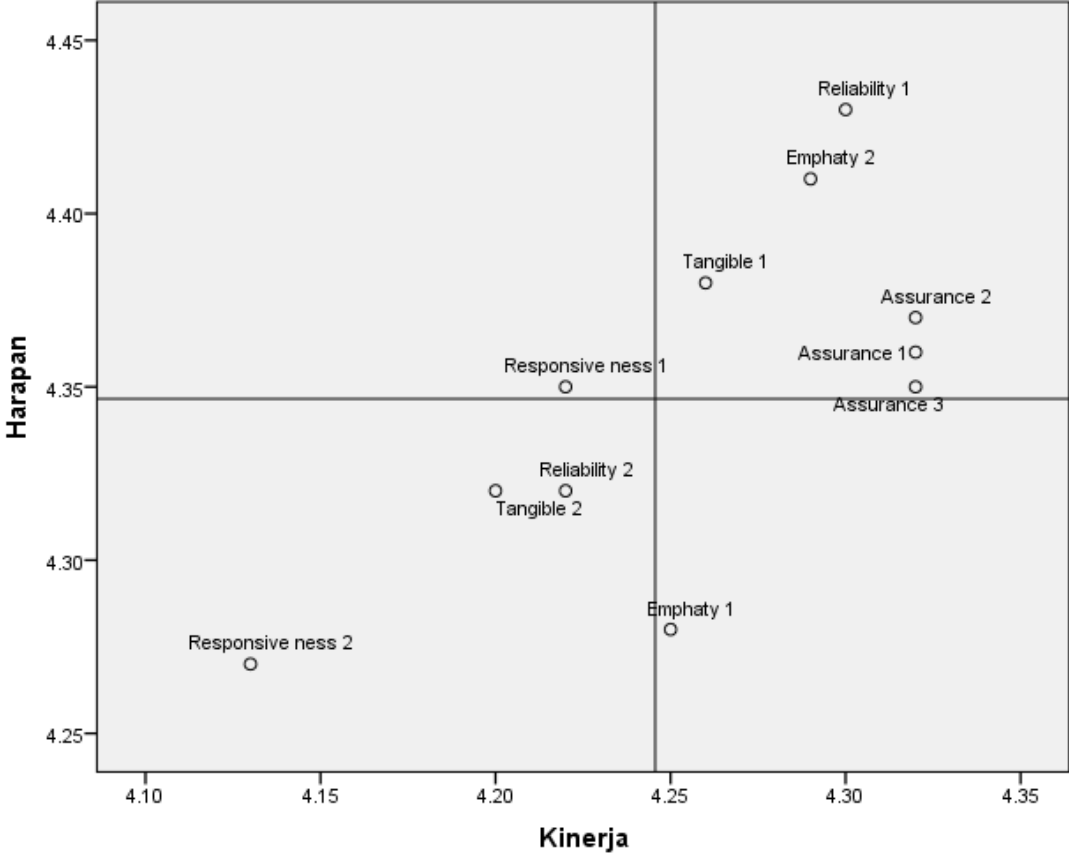
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Harapan	Kinerja	R Tabel	Ket
1	<i>Tangible 1</i>	0,804	0,608	0,197	<i>Valid</i>
2	<i>Tangible 2</i>	0,784	0,552	0,197	<i>Valid</i>
3	<i>Assurance 1</i>	0,839	0,708	0,197	<i>Valid</i>
4	<i>Assurance 2</i>	0,888	0,501	0,197	<i>Valid</i>
5	<i>Assurance 3</i>	0,907	0,575	0,197	<i>Valid</i>
6	<i>Emphaty 1</i>	0,567	0,645	0,197	<i>Valid</i>
7	<i>Emphaty 2</i>	0,736	0,488	0,197	<i>Valid</i>
8	<i>Reliability 1</i>	0,840	0,526	0,197	<i>Valid</i>
9	<i>Reliability 2</i>	0,827	0,386	0,197	<i>Valid</i>
10	<i>Responsive ness 1</i>	0,882	0,450	0,197	<i>Valid</i>
11	<i>Responsive ness 2</i>	0,875	0,368	0,197	<i>Valid</i>

Hasil Uji Reliabilitas

No	Harapan	Kinerja	Standar Reliabilitas	Ket
1	0,948	0,737	0,600	Reliabel

Lampiran 5: Diagram Kartesius



Lampiran 6 : Surat Keterangan Penelitian

Danoya

DANOYA VILLA & PRIVATE LUXURY RESIDENCES

Alamat: Jalan Batu Belig No.559, Kerobokan Kelod, Kec. Kuta Utara,
Kabupaten Badung, Bali.

Telp (0361) 4735305 Email: reservation@danoya.com

SURAT KETERANGAN

Nomor: 059/SK/HRD-Danoya/VIII/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini Human Resources Danoya Villa & Private Luxury Residences, menerangkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora Universitas Dhyana Pura:

Nama : Kadek Okta Viana

NIM : 18110111010

Jurusan : S1 Manajemen

Peminatan : Perhotelan


Yang tersebut diatas benar-benar telah melakukan evaluasi yang baik terhadap Danoya Villa & Private Luxury Residences selama program magangnya untuk tujuan menyusun skripsi yang berjudul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Importance Performance Analysis Pada Danoya Villa & Private Luxury Residences.

Demikian surat pernyataan ini di buat agar dapat digunakan sebagai mana mestinya.

Badung, 03 Agustus 2022
Human Resources

Marlik Khushawati
Danoya
Private Luxury Residences
Marlik Khushawati

Lampiran 7 : Kartu Bimbingan


UNIVERSITAS DHYANA PURA
SK. MENDIKNAS RI. NOMOR 142/E/O/2011, TGL. 7 JULI 2011
FAKULTAS EKONOMIKA, BISNIS DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Jl. Raya Padang Luwih, Br. Tegaljaya, Dalung, Kuta Utara, Badung
Telp. (0361) 426450 – 426451, Fax. (0361) 426452

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Kadek Okta Viana


NIM : 18110111010

Prog. Studi : Manajemen

Konsentrasi : Perhotelan

Judul Skripsi :

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen
Berdasarkan Importance Performance
Analysis Pada Danoya Private Luxury
Residences Villa



Pembimbing I: Dr. I Wayan Ruspenti Junaedi, S.E., M.A

Pembimbing II: Dr. I Eusti Bagus Rai Utami, S.E., M.MA, M.A

No.	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1.	4 April '22	Perbaiki Bab 1-3	R
2.	11 April '22	Acc Bab 1 - Perbaiki Bab 2 & 3	R
3.	19 April '22	Acc Bab 2 - Perbaiki Bab 3	R
4.	27 April '22	Acc Bab 1-3, buat Questioner	N
5.	9 Mei '22	Perbaiki Questioner	N
6.	16 Mei '22	Acc Questioner, sebarhan	R
7.	23 Mei '22	Buat Bab 4 & 5	R
8.	30 Mei '22	Revisi Bab 4 & 5	R
9.	7 Juni '22	Acc Bab 4	R
10.	14 Juni '22	Acc Bab 5, Buat Abstrak dan Daftar Pustaka, Ri, tabel	R
11.	30 Juni '22	Revisi Abstrak,	R
12.	7 Juli '22	Siap diujikan	R

No.	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf
1	04/04/22	Revisi bab 1, 2 & 3	R
2	05/05/22	Revisi bab 1, 2 & 3	R
3.	10/05/22	Revisi bab 2	R
4.	20/05/22	Acc bab 1, 2 & 3, revisi questioner	R
5.	26/05/22	Acc questioner	R
6.	30/06/22	Revisi bab 4 & 5	R
7.	30/06/22	Acc bab 4 & 5	R
8.	4/07/22	Acc bab 1-5	R
		Acc di revisi 7/2022	

Badung,
Universitas Dhyana Pura
Fak. Ekonomika, Bisnis dan Humaniora
Program Studi Manajemen
Ni Putu Dyan Krismawintari, SE., MM
Ketua Program Studi

Tanggal _____
Mahasiswa dinyatakan siap
Mengikuti Ujian Skripsi
Dhyana
Pembimbing I

Tanggal _____
Mahasiswa dinyatakan siap
Mengikuti Ujian Skripsi
Pembimbing II