

Analisis Kualitas Pelayanan Hotel Menggunakan Metode *Service Quality* (SERVQUAL) dan *Importance Performance Analysis* (IPA)

Syarif Iskandar, La Ode Ahmad Safar Tosungku, Dharma Widada

^{1,2,3)} Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Mulawarman

Kampus Gunung Kelua, Jl. Sambaliung No. 9, Samarinda 75119

Email: syarifiskandar.sr@gmail.com, ahmadsafar837@gmail.com, widada.dharma@gmail.com

ABSTRAK

Persaingan industri perhotelan yang semakin ketat menuntut setiap perusahaan untuk memberikan pelayanan optimal demi meningkatkan kepuasan pelanggan. Hotel X sebagai salah satu penyedia jasa perhotelan perlu melakukan evaluasi kualitas layanan untuk memastikan kesesuaian antara harapan dan persepsi pelanggan. Penelitian ini bertujuan mengukur kualitas layanan menggunakan metode SERVQUAL dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner terhadap 100 responden tamu hotel. Pengolahan data dilakukan dengan menghitung nilai *gap* antara persepsi dan harapan pada lima dimensi SERVQUAL, kemudian memetakan hasilnya ke dalam diagram kartesius IPA. Hasil penelitian menunjukkan nilai rata-rata *gap* keseluruhan sebesar -1,05, yang mengindikasikan bahwa kualitas layanan belum memenuhi harapan pelanggan, sehingga diperlukan perbaikan kualitas layanan. Atribut yang memiliki skor tertinggi yaitu staf melakukan pelayanan berjalan lancar tanpa kendala dengan skor -0,62. Atribut yang memiliki skor terendah yaitu atribut “pelayanan barang atau bagasi pelanggan” dengan skor -1,86. Berdasarkan diagram kartesius IPA, atribut yang menjadi prioritas utama perbaikan antara lain Hotel X memiliki fasilitas yang bersih dan terawat (ruang tunggu, toilet, *front office*), kebersihan kamar tamu dan fasilitas modern yang terdapat di Hotel X, area lobi dan ruangan umum hotel terlihat nyaman dan menarik, dan pelayanan barang atau bagasi pelanggan. Berdasarkan prioritas tersebut diusulkan perbaikan kualitas layanan seperti melakukan audit atau pemeliharaan rutin, peningkatan pengawasan fasilitas, penetapan SOP yang jelas dan memberikan pelatihan kepada staf.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, SERVQUAL, *Importance Performance Analysis*.

ABSTRACT

The increasingly fierce competition in the hospitality industry requires every company to provide optimal service to enhance customer satisfaction. Hotel X, as a service provider in the hospitality sector, needs to evaluate its service quality to ensure alignment between customer expectations and perceptions. This research aims to measure service quality using the SERVQUAL method and Importance Performance Analysis (IPA). The research method employed is quantitative, with data collected through questionnaires administered to 100 hotel guests. Data processing involves calculating the gap between perceptions and expectations across five SERVQUAL dimensions, then mapping the results to an IPA Cartesian diagram. The results of the study show an average overall gap of -1.05, indicating that service quality does not meet customer expectations and requiring service quality improvements. The attribute with the highest score is that staff provide services smoothly without hindrance with a score of -0.62. The attribute with the lowest score is 'customer luggage service' at -1.86. Based on the IPA cartesian diagram, the main priority attributes for improvement include that Hotel X has clean and well-maintained facilities (waiting lounge, toilet, front office), cleanliness of guest rooms and modern facilities available at Hotel X, the lobby area and public spaces of the hotel appear comfortable and attractive, and customer luggage service. Based on these priorities, improvements to service quality are proposed such as conducting audits or routine maintenance, increasing facility supervision, establishing clear SOPs, and providing training to staff.

Keywords: Service quality, SERVQUAL, *Importance Performance Analysis*.

Pendahuluan

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor penting dalam ekosistem pariwisata yang berperan besar dalam mendukung kegiatan wisatawan maupun pelaku bisnis melalui penyediaan layanan akomodasi dan fasilitas penunjang lainnya [1] [2]. Industri perhotelan merupakan salah satu sektor penting dalam pariwisata karena menyediakan akomodasi dan layanan pendukung bagi wisatawan dan pelaku bisnis. Seiring perkembangan globalisasi dan kemajuan teknologi, ekspektasi

pelanggan terhadap layanan yang berkualitas semakin meningkat [3]. Di tengah persaingan yang ketat, kualitas pelayanan menjadi kunci utama dalam mempertahankan loyalitas pelanggan [4].

Hotel X merupakan hotel bintang dua yang terletak strategis di pusat kota yang menawarkan konsep urban dan praktis dengan berbagai fasilitas kamar. Hotel X berada di tengah persaingan dengan hotel-hotel seperti Grand Kartika, Puri Senyur, dan Royal Park. Meskipun telah menyediakan fasilitas lengkap, ulasan pelanggan melalui *platform* daring seperti Traveloka dan Booking.com mengindikasikan adanya keluhan pada aspek kebersihan, pelayanan, dan fasilitas kamar. Hal ini menandakan perlunya evaluasi terhadap kualitas layanan yang ditawarkan [5].

Jasa merupakan aktivitas yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan [6]. Sifat dasar jasa seperti *intangibility*, *inseparability*, *variability*, dan *perishability* membuat pengelolaan jasa menuntut strategi khusus [7]. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan seperti hotel untuk mengukur dan meningkatkan kualitas pelayanannya agar sesuai dengan harapan pelanggan [4]. Kualitas pelayanan merupakan sejauh mana layanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan [8]. Dalam praktiknya, kualitas pelayanan dapat diukur melalui metode SERVQUAL, yang dikembangkan oleh Parasuraman dkk., dan telah menjadi alat evaluasi standar dalam berbagai sektor jasa [9]. Metode ini mengukur lima dimensi layanan: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* [10].

Analisis kesenjangan atau *gap* antara harapan dan persepsi pelanggan menjadi fokus utama dalam SERVQUAL [11]. *Gap 5*, sebagai fokus utama, merupakan perbedaan antara layanan yang diharapkan dan yang dirasakan pelanggan. Sementara itu, *gap 1* hingga *gap 4* menggambarkan penyebab internal dari organisasi yang berdampak pada penyampaian layanan. Untuk melengkapi metode SERVQUAL, *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk memetakan atribut layanan dalam diagram kartesius berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja aktual [12]. Teknik ini membantu organisasi dalam mengidentifikasi area prioritas yang perlu segera diperbaiki [13], terutama pada atribut yang berada di kuadran I, yang mencakup aspek penting tetapi memiliki kinerja rendah [14].

Oleh karena itu, dilakukan penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diterima pelanggan Hotel X, mengidentifikasi atribut prioritas yang perlu ditingkatkan, serta memberikan usulan perbaikan konkret terhadap permasalahan yang ada untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pengukuran *Service Quality* dalam penelitian ini menggunakan metode SERVQUAL untuk menganalisis kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan, serta metode *Importance Performance Analysis* agar menentukan prioritas perbaikan yang diperlukan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja layanan yang dirasakan oleh pelanggan. Pada penelitian ini terdapat batasan penelitian, yaitu jumlah responden hanya melibatkan 100 tamu Hotel X yang pernah menggunakan layanan dalam periode tertentu.

Metode Penelitian

Pengumpulan Data

1. Responden Penelitian

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden, yaitu pelanggan Hotel X. Jumlah responden ditentukan menggunakan rumus Slovin, yang digunakan untuk menghitung jumlah sampel minimum ketika jumlah populasi diketahui. Perhitungan jumlah sampel berdasarkan rumus Slovin ditampilkan pada Persamaan (1) berikut: [15]

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

Keterangan:

N : Jumlah populasi

n : Ukuran sampel minimal

e : Besarnya *error* yang ditetapkan

Pada Hotel X diketahui bahwa jumlah populasi pelanggan adalah 6355 orang, dan dilakukan dengan tingkat kepercayaan 90% ($\alpha = 0,1$) dengan mencakup seluruh pelanggan yang telah menggunakan jasa Hotel X minimal 1 kali dalam kurun waktu 3 bulan terakhir.

$$n = \frac{6355}{1 + 6355(0,1)^2}$$

$$n = \frac{6355}{64,55}$$

$$n = 98,451 \approx 100 \text{ responden}$$

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat yang digunakan untuk menilai suatu peristiwa atau kejadian, yang terdiri dari serangkaian pertanyaan guna memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian yang sedang dilakukan [16]. Pada penelitian ini kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data ekspektasi dan persepsi pelanggan (*gap 5*) terkait kualitas layanan hotel dari pelanggan Hotel X.

3. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Tujuan dari skala *likert* ini untuk mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap suatu pernyataan [17]. Adapun definisi dari skala *likert* yang akan digunakan dalam penelitian kali ini adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Skala *likert*

| Jawaban | Nilai |
|---------------------------|-------|
| Sangat Penting/Puas | 5 |
| Penting/Puas | 4 |
| Cukup Penting/Puas | 3 |
| Tidak Penting/Puas | 2 |
| Sangat Tidak Penting/Puas | 1 |

Pengolahan Data

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui serta menguji ketepatan dan ketetapan suatu alat ukur untuk dipergunakan sebagai pengukur sesuatu yang seharusnya diukur [18]. Kuesioner dianggap valid ketika pertanyaan-pertanyaan tersebut mampu mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur oleh kuesioner tersebut [19]. Kemudian, kuesioner dapat dinyatakan valid jika hasil nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Jika hasil kuesioner tidak valid maka akan dilakukan perbaikan item pernyataan kuesioner yang tidak valid sebelum dilakukan uji validitas kembali.

2. Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas merupakan pendekatan yang dapat berharga untuk mengevaluasi konsistensi pada variabel penelitian. Hal ini akan menunjukkan sejauh mana subjek pada penelitian dapat memberikan respon yang konsisten terhadap pernyataan dalam rentang waktu tertentu [20]. Uji reliabilitas juga dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 25.0 dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Teknik ini digunakan untuk menentukan tingkat kehandalan suatu data, dan apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.60 maka variabel tersebut dapat dikatakan reliabel [21].

3. Service Quality (SERVQUAL)

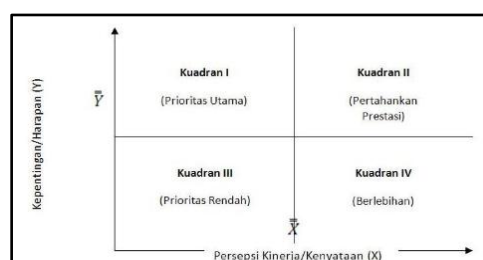
Metode ServQual merupakan metode yang digunakan untuk membantu perusahaan untuk lebih memahami persepsi pelanggan dan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan [22]. Setiap dimensi utama dijabarkan ke dalam 22 atribut rinci yang mencakup variabel harapan dan variabel persepsi, yang disusun dalam skala *Likert* dari 1 hingga 5. Pengukuran *Service Quality*, dapat dirumuskan sebagai berikut. [23]

$$\text{Skor SERVQUAL} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} \quad (2)$$

Pada SERVQUAL dilakukan analisis *gap* untuk mengetahui seberapa jauh perkembangan kualitas layanan suatu usaha. Pada model ini memiliki 5 *gap*, dimana *gap* 1 merupakan kesenjangan antara persepsi Hotel X terhadap harapan pelanggan. *Gap* 2 merupakan kesenjangan antara persepsi Hotel X mengenai harapan pelanggan dan spesifikasi kualitas pelayanan. *Gap* 3 merupakan kesenjangan antara spesifikasi kualitas pelayanan dan proses penyampaian jasa. *Gap* 4 merupakan kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal kepada pelanggan. *Gap* 5 merupakan kesenjangan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan [24]. Analisis *gap* atau kesenjangan, ada sejumlah hal yang butuh pertimbangan, diantaranya: 1) Jika *gap* negatif (persepsi < harapan) maka layanan yang diberikan dapat disebut tidak memuaskan pelanggan, 2) Jika *gap* nol (persepsi = harapan) maka layanan yang diberikan dapat disebut memuaskan, dan 3) Jika *gap* positif (persepsi > harapan) maka layanan yang diberikan dapat disebut sangat memuaskan.

4. Importance Performance Anlysis (IPA)

Importance Performance Analysis merupakan alat analisis yang digunakan untuk menganalisis tingkat harapan dan tingkat kinerja guna mengetahui atribut mana yang dinilai masih rendah kinerjanya dan harus ditingkatkan [25]. Pada teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, kemungkinan nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerjanya dianalisa menggunakan Importance Performance Matrix, yang mana sumbu X mewakili kinerja (*Importance*) sedangkan sumbu Y mewakili kepentingan (*performance*). Grafik IPA dibagi menjadi empat buah kuadran [26].



Gambar 1. Diagram kartesius metode IPA

Hasil Dan Pembahasan

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas pada kuesioner penelitian ini dilakukan agar mengukur sebuah kuesioner bisa dikatakan valid atau tidak agar layak untuk dilanjutkan pada proses pengolahan data maka dilakukan proses uji validitas data [27]. Sedangkan uji reliabilitas data diperuntukkan untuk mengukur derajat konsistensi dan ketidakstabilan data apabila kuesioner tersebut digunakan secara berulang kepada kelompok sampel yang sama akan menghasilkan data yang sama (Ambarwati). Untuk uji validitas dilakukan dengan taraf 5% dan N=100, sehingga diperoleh r tabel = 0,195. Untuk uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Instrumen dapat dikatakan reliabel ketika nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60. Berikut ini hasil uji validitas dan reliabilitas untuk persepsi dan ekspektasi pelanggan.

Tabel 2. Uji validitas persepsi dan ekspektasi

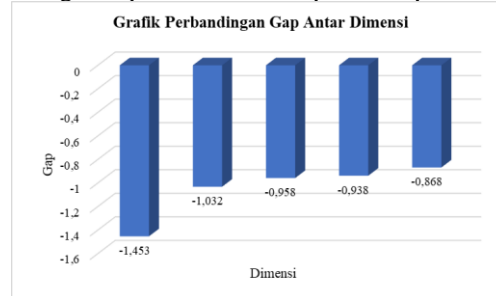
| No. | Pernyataan | r-hitung Persepsi | r-hitung Ekspektasi | r- tabel | Keterangan |
|-----|---|----------------------|------------------------|-------------|------------|
| 1 | Semua staf perhotelan berpenampilan rapi dan profesional | 0,357 | 0,238 | 0,195 | Valid |
| 2 | Hotel X memiliki fasilitas yang bersih dan terawat (ruang tunggu, toilet, <i>front office</i>) | 0,274 | 0,302 | 0,195 | Valid |
| 3 | Kebersihan kamar tamu dan fasilitas moderen yang terdapat di Hotel X | 0,344 | 0,553 | 0,195 | Valid |
| 4 | Area lobi dan ruangan umum hotel terlihat nyaman dan menarik | 0,377 | 0,553 | 0,195 | Valid |
| 5 | Staf melakukan pelayanan saat pemesanan/ <i>check-in</i> dan <i>check-out</i> berjalan lancar tanpa ada kendala | 0,798 | 0,429 | 0,195 | Valid |
| 6 | Pelayanan dalam melayani sesuai dengan janji yang tertera pada peraturan sop (promosi/iklan) | 0,699 | 0,326 | 0,195 | Valid |
| 7 | Pelayanan barang atau bagasi pelanggan | 0,476 | 0, 530 | 0,195 | Valid |
| 8 | Kemampuan staf dalam menjaga sikap dan menjaga kebersihan terhadap pelanggan | 0,754 | 0,372 | 0,195 | Valid |
| 9 | Apakah Hotel X memberikan pelayanan dengan kualitas dan tepat waktu | 0, 760 | 0,432 | 0,195 | Valid |
| 10 | Staf Hotel X melayani dengan cepat dan tepat dalam merespons permintaan atau keluhan pelanggan | 0,758 | 0,338 | 0,195 | Valid |
| 11 | Staf Hotel X bersedia membantu kapan saja dalam melakukan perbaikan dan perawatan | 0,561 | 0, 610 | 0,195 | Valid |
| 12 | Kehandalan Staf Hotel X dalam memahami kebutuhan pelanggan | 0,732 | 0,548 | 0,195 | Valid |
| 13 | Staf Hotel X memperhatikan keluhan pelanggan | 0,832 | 0,621 | 0,195 | Valid |
| 14 | Apakah pelanggan merasa aman dan nyaman selama menginap di Hotel X | 0,766 | 0,533 | 0,195 | Valid |
| 15 | Para staf Hotel X mampu membuat para pelanggan mempercayai mereka | 0,752 | 0,429 | 0,195 | Valid |
| 16 | Luasnya parkir area yang aman untuk kendaraan | 0,466 | 0,552 | 0,195 | Valid |
| 17 | Kebersihan perlengkapan makan dan minum | 0,801 | 0,629 | 0,195 | Valid |
| 18 | Staf Hotel X memberikan perhatian yang sama kepada para pelanggan | 0,742 | 0,432 | 0,195 | Valid |
| 19 | Staf Hotel X mampu berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan | 0,755 | 0,524 | 0,195 | Valid |
| 20 | Staf Hotel X memberikan informasi yang mudah dipahami oleh pelanggan | 0,832 | 0,446 | 0,195 | Valid |
| 21 | Staf Hotel X mendengarkan dengan baik setiap keluhan atau masukan dari pelanggan | 0,719 | 0,504 | 0,195 | Valid |
| 22 | Staf Hotel X dapat memahami kebutuhan spesifik para pelangganya | 0,774 | 0,259 | 0,195 | Valid |

Tabel 3. Uji reliabilitas persepsi dan ekspektasi

| No. | Kuesioner | <i>Cronbach's Alpha</i> | Batasan | Kesimpulan |
|-----|------------|-------------------------|---------|------------|
| 1 | Persepsi | 0,939 | 0,6 | Reliabel |
| 2 | Ekspektasi | 0,820 | 0,6 | Reliabel |

Pengukuran SERVQUAL Gap 5

Gap 5 merupakan kesenjangan antara persepsi dengan ekspektasi pelanggan. Pengukuran gap 5 dapat dilakukan dengan mengurangi skor rata-rata per atribut persepsi dengan skor rata-rata per atribut ekspektasi. Perbandingan gap antar dimensi dapat dilihat pada Gambar 2 dan Perhitungan Gap 5 keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 3.



Gambar 2. Grafik perbandingan gap antar dimensi

Tabel 4. Hasil pengukuran gap 5

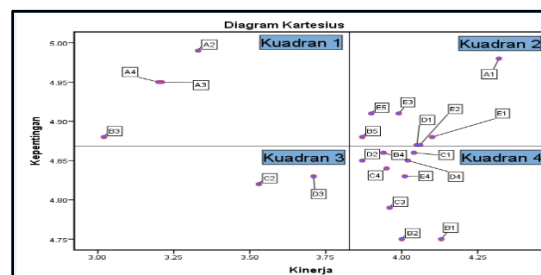
| Item Pertanyaan | | Persepsi | | Ekspektasi | | GAP (kinerja - harapan) |
|-----------------------------|--|----------|-----------|------------|-----------|----------------------------------|
| | | Jumlah | Rata-rata | Jumlah | Rata-rata | |
| Tangible (bukti fisik) | | | | | | |
| A1 | Semua staf perhotelan berpenampilan rapi dan profesional | 432 | 4.32 | 498 | 4.98 | -0.66 |
| A2 | Hotel X memiliki fasilitas yang bersih dan terawat (ruang tunggu, toilet, front office) | 333 | 3.33 | 499 | 4.99 | -1.66 |
| A3 | Kebersihan kamar tamu dan fasilitas moderen yang terdapat di Hotel X | 321 | 3.21 | 495 | 4.95 | -1.74 |
| A4 | Area lobi dan ruangan umum hotel terlihat nyaman dan menarik | 320 | 3.20 | 495 | 4.95 | -1.75 |
| Jumlah | | 351.5 | 3.52 | 496.75 | 4.97 | -1.45 |
| Reliabilitas (kehandalan) | | | | | | |
| B1 | Staf melakukan pelayanan saat pemesanan/check-in dan check-out berjalan lancar tanpa ada kendala | 413 | 4.13 | 475 | 4.75 | -0.62 |
| B2 | Pelayanan dalam melayani sesuai dengan janji yang tertera pada peraturan sop (promosi/iklan) | 400 | 4.00 | 475 | 4.75 | -0.75 |
| B3 | Pelayanan barang atau bagasi pelanggan | 302 | 3.02 | 488 | 4.88 | -1.86 |
| B4 | Kemampuan staf dalam menjaga sikap dan menjaga kebersihan terhadap pelanggan | 394 | 3.94 | 486 | 4.86 | -0.92 |
| B5 | Apakah Hotel X memberikan pelayanan dengan kualitas dan tepat waktu | 387 | 3.87 | 488 | 4.88 | -1.01 |
| Jumlah | | 379 | 3.79 | 482 | 4.82 | -1.03 |
| Responsivness (ketanggapan) | | | | | | |
| C1 | Staf Hotel X melayani dengan cepat dan tepat dalam merespons permintaan atau keluhan pelanggan | 404 | 4.04 | 486 | 4.86 | -0.82 |
| C2 | Staf Hotel X bersedia membantu kapan saja dalam melakukan perbaikan dan perawatan | 353 | 3.53 | 482 | 4.82 | -1.29 |
| C3 | Kehandalan Staf Hotel X dalam memahami kebutuhan pelanggan | 396 | 3.96 | 479 | 4.79 | -0.83 |
| C4 | Staf Hotel X memperhatikan keluhan pelanggan | 395 | 3.95 | 484 | 4.84 | -0.89 |
| Jumlah | | 387 | 3.87 | 483 | 4.83 | -0.96 |
| Assurance (jaminan) | | | | | | |
| D1 | Apakah pelanggan merasa aman dan nyaman selama menginap di Hotel X | 405 | 4.05 | 487 | 4.87 | -0.82 |
| D2 | Para staf Hotel X mampu membuat para pelanggan percaya | 387 | 3.87 | 485 | 4.85 | -0.98 |
| D3 | Luasnya parkir area yang aman untuk kendaraan | 371 | 3.71 | 483 | 4.83 | -1.12 |
| D4 | Kebersihan perlengkapan makan dan minum | 402 | 4.02 | 485 | 4.85 | -0.83 |
| Jumlah | | 391 | 3.91 | 485 | 4.85 | -0.94 |
| Emphaty (empati) | | | | | | |

| | | | | | | |
|---------------|--|------------|-------------|------------|-------------|--------------|
| E1 | Staf Hotel X memberikan perhatian yang sama kepada para pelanggan | 410 | 4.10 | 488 | 4.88 | -0.78 |
| E2 | Staf Hotel X mampu berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan | 406 | 4.06 | 487 | 4.87 | -0.81 |
| E3 | Staf Hotel X memberikan informasi yang mudah dipahami oleh pelanggan | 399 | 3.99 | 491 | 4.91 | -0.92 |
| E4 | Staf Hotel X mendengarkan dengan baik setiap keluhan atau masukan dari pelanggan | 401 | 4.01 | 483 | 4.83 | -0.82 |
| E5 | Staf Hotel X dapat memahami kebutuhan spesifik para pelangganya | 390 | 3.90 | 491 | 4.91 | -1.01 |
| Jumlah | | 401 | 4.01 | 488 | 4.88 | -0.87 |

Berdasarkan Gambar 2 dapat dilihat bahwa nilai *gap* negatif terbesar terletak pada dimensi *tangible* dengan nilai -1,453. Kemudian hasil pengukuran *Servqual gap* 5 pada Tabel 3 terdapat atribut yang memiliki skor bernilai negatif dan positif. Pada atribut yang memiliki skor tertinggi yakni atribut “staf melakukan pelayanan saat pemesanan/*check-in* dan *check-out* berjalan lancar tanpa ada kendala” dengan skor sebesar -0,62. Atribut dengan skor tertinggi ini menggambarkan bahwa dari seluruh atribut pelayanan Hotel X telah memberikan pelayanan yang baik pada atribut ini sehingga dapat disimpulkan pelanggan merasa baik saat pemesanan/*check-in* dan *check-out* kamar hotel. Atribut yang memiliki skor terendah yaitu atribut “pelayanan barang atau bagasi pelanggan” dengan skor -1,86. Atribut dengan skor terendah ini menggambarkan bahwa dari seluruh atribut pelayanan yang tidak baik terdapat pada atribut ini sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa karyawan Hotel X tidak selalu bersedia membantu pelayanan barang atau bagasi pelanggan.

Importance Performance Analysis (IPA)

Hasil pengukuran atribut layanan menunjukkan tingkat kinerja dan harapan yang membantu Hotel X fokus pada perbaikan atribut yang dianggap penting oleh pelanggan. Titik-titik pada diagram kartesius ditentukan berdasarkan nilai rata-rata dari skor kinerja dan harapan. Diagram ini terbagi menjadi empat kuadran melalui dua garis yang saling bersilangan di titik (X, Y), di mana X merupakan rata-rata skor kinerja dan Y merupakan rata-rata skor harapan. Posisi masing-masing atribut dalam keempat kuadran ditentukan dengan menggunakan nilai rata-rata dari skor kinerja dan harapan yang tercantum dalam gambar berikut ini.



Gambar 3. Diagram kartesius IPA

Berdasarkan diagram kartesius di atas, atribut yang termasuk ke dalam kuadran I merupakan atribut yang menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan. Atribut-atribut ini memiliki nilai harapan yang lebih besar dari kinerja perusahaan. Adapun atribut yang menjadi prioritas utama, antara lain atribut A2 “Hotel X memiliki fasilitas yang bersih dan terawat”, atribut A3 “Kebersihan kamar tamu dan fasilitas *modern* yang terdapat di Hotel X”, atribut A4 “Area lobi dan ruangan umum hotel terlihat nyaman dan menarik”, dan atribut B3 “Pelayanan barang atau bagasi pelanggan”.

SERVQUAL Gap 1

Gap 1 merupakan *gap* antara ekspektasi pelanggan dan persepsimanajemen terhadap ekspektasi pelanggan.

Tabel 5. Hasil pengukuran gap 1

| No | Pertanyaan | Rata-rata Persepsi Manajer | Rata-rata Ekspektasi Pelanggan | Skor Gap 1 |
|----|---|----------------------------|--------------------------------|------------|
| 1 | Semua staf perhotelan berpenampilan rapi dan profesional | 5 | 4,98 | 0,02 |
| 2 | Hotel X memiliki fasilitas yang bersih dan terawat (ruang tunggu, toilet, <i>front office</i>) | 5 | 4,99 | 0,01 |
| 3 | Kebersihan kamar tamu dan fasilitas moderen yang terdapat di Hotel X | 5 | 4,95 | 0,05 |

| | | | | |
|----|---|---|------|------|
| 4 | Area lobi dan ruangan umum hotel terlihat nyaman dan menarik | 5 | 4,95 | 0,05 |
| 5 | Staf melakukan pelayanan saat pemesanan/ <i>check-in</i> dan <i>check-out</i> berjalan lancar tanpa ada kendala | 5 | 4,75 | 0,25 |
| 6 | Pelayanan dalam melayani sesuai dengan janji yang tertera pada peraturan sop (promosi/iklan) | 5 | 4,75 | 0,25 |
| 7 | Pelayanan barang atau bagasi pelanggan | 5 | 4,88 | 0,12 |
| 8 | Kemampuan staf dalam menjaga sikap dan menjaga kebersihan terhadap pelanggan | 5 | 4,86 | 0,14 |
| 9 | Apakah Hotel X memberikan pelayanan dengan kualitas dan tepat waktu | 5 | 4,88 | 0,12 |
| 10 | Staf Hotel X melayani dengan cepat dan tepat dalam merespons permintaan atau keluhan pelanggan | 5 | 4,86 | 0,14 |
| 11 | Staf Hotel X bersedia membantu kapan saja dalam melakukan perbaikan dan perawatan | 5 | 4,82 | 0,18 |
| 12 | Kehandalan Staf Hotel X dalam memahami kebutuhan pelanggan | 5 | 4,79 | 0,21 |
| 13 | Staf Hotel X memperhatikan keluhan pelanggan | 5 | 4,84 | 0,16 |
| 14 | Apakah pelanggan merasa aman dan nyaman selama menginap di Hotel X | 5 | 4,87 | 0,13 |
| 15 | Para staf Hotel X mampu membuat para pelanggan mempercayai mereka | 5 | 4,85 | 0,15 |
| 16 | Luasnya parkir area yang aman untuk kendaraan | 5 | 4,83 | 0,17 |
| 17 | Kebersihan perlengkapan makan dan minum | 5 | 4,85 | 0,15 |
| 18 | Staf Hotel X memberikan perhatian yang sama kepada para pelanggan | 5 | 4,88 | 0,12 |
| 19 | Staf Hotel X mampu berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan | 5 | 4,87 | 0,13 |
| 20 | Staf Hotel X memberikan informasi yang mudah dipahami oleh pelanggan | 5 | 4,91 | 0,09 |
| 21 | Staf Hotel X mendengarkan dengan baik setiap keluhan atau masukan dari pelanggan | 5 | 4,83 | 0,17 |
| 22 | Staf Hotel X dapat memahami kebutuhan spesifik para pelanggannya | 5 | 4,91 | 0,09 |

Pada hasil dari pengukuran *Gap 1*, dapat dilihat bahwa kuesioner atribut dengan skor tertinggi terdapat pada kuesioner atribut “Staff melakukan pelayanan saat pemesanan/*check-in* dan *check-out* berjalan lancar tanpa ada kendala dan Pelayanan dalam melayani sesuai dengan janji yang tertera pada peraturan SOP (promosi/iklan)” yaitu dengan skor 0,25. Atribut dengan skor tertinggi ini menggambarkan bahwa dari seluruh kuesioner atribut manajemen sudah sangat baik dalam memahami ekspektasi pelanggan pada atribut ini.

SERVQUAL Gap 2

Pada data *gap 2* diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada *Team leader* mengenai persepsi mereka terhadap formalisasi standar kinerja perusahaan.

Tabel 5. Hasil pengukuran *gap 2*

| No | Dimensi | Skor gap 2 |
|----|--|------------|
| 1 | Kemampuan perusahaan menjaga penampilan fisik, peralatan, karyawan, dan materi komunikasi Hotel X | 5 |
| 2 | Kemampuan Hotel X untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal | 5 |
| 3 | Kesedian Hotel X untuk membantu pelanggan dan menyediakan layanan yang cepat | 5 |
| 4 | Pengetahuan dan sopan santun karyawan dan kemampuan mereka dalam menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap mereka | 5 |
| 5 | Perhatian individual yang diberikan Hotel X kepada para pelanggan | 5 |

Berdasarkan hasil pengukuran *gap 2* dapat dilihat bahwa perusahaan sudah memiliki standar yang formal dan telah bekerja dengan baik pada setiap atribut layanan.

SERVQUAL Gap 3

Data pada *gap 3* ini akan diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada *team resepsionis* atau *frontliner*. Mengenai persepsi mereka terhadap kemampuan dalam memenuhi standar kinerja perusahaan.

Tabel 6. Hasil pengukuran *gap 3*

| No | Dimensi | Skor <i>gap 3</i> |
|----|--|-------------------|
| 1 | Kemampuan perusahaan menjaga penampilan fisik, peralatan, karyawan, dan materi komunikasi Hotel X | 5 |
| 2 | Kemampuan Hotel X untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal | 4 |
| 3 | Kesediaan Hotel X untuk membantu pelanggan dan menyediakan layanan yang cepat | 5 |
| 4 | Pengetahuan dan sopan santun karyawan dan kemampuan mereka dalam menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap mereka | 4 |
| 5 | Perhatian individual yang diberikan Hotel X kepada para pelanggan | 5 |

Hotel X memperoleh skor 4 dari skala 1–5 pada dimensi keandalan dan empati, yang menunjukkan bahwa standar kinerja hampir terpenuhi. Layanan seperti kesiapan kamar, kebersihan, dan fasilitas sudah cukup baik, meskipun masih ada kekurangan seperti keterlambatan dalam merespons permintaan layanan kamar. Pada aspek pengetahuan dan sopan santun karyawan, kendala muncul karena penggunaan bahasa tidak baku demi kenyamanan pelanggan serta kurangnya informasi mengenai tempat makan halal untuk tamu asing. Sementara itu, pada dimensi penampilan fisik, kesiapan melayani, dan perhatian kepada pelanggan, hotel memperoleh skor sempurna (5), menandakan bahwa standar kinerja telah dipenuhi secara konsisten. Hasil pengukuran *gap 3*, yaitu persepsi karyawan terhadap kemampuan mereka dalam memenuhi standar layanan, akan digunakan untuk menganalisis kesenjangan pada *gap 5*.

SERVQUAL Gap 4

Pada data *gap 4* diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada *Team marketing* mengenai persepsi mereka terhadap formalisasi standar kinerja perusahaan.

Tabel 7. Hasil pengukuran *gap 4*

| No | Dimensi | Skor <i>gap 4</i> |
|----|--|-------------------|
| 1 | Kemampuan perusahaan menjaga penampilan fisik, peralatan, karyawan, dan materi komunikasi Hotel X | 5 |
| 2 | Kemampuan Hotel X untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal | 5 |
| 3 | Kesediaan Hotel X untuk membantu pelanggan dan menyediakan layanan yang cepat | 5 |
| 4 | Pengetahuan dan sopan santun karyawan dan kemampuan mereka dalam menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap mereka | 4 |
| 5 | Perhatian individual yang diberikan Hotel X kepada para pelanggan | 5 |

Hasil pengukuran *gap 4* menunjukkan nilai 5 yang berarti janji-janji sudah dipenuhi secara konsisten. Pada dimensi pengetahuan dan sopan santun karyawan memiliki skor 4 dari skor 1 sampai 5. Skor 4 yang berarti janji-janji hampir dapat dipenuhi secara konsisten. Adapun beberapa alasan janji-janji tidak dapat dipenuhi yaitu alasan standar kinerja belum sepenuhnya terpenuhi antara lain karena, menurut karyawan, beberapa pelanggan merasa kurang nyaman jika menggunakan bahasa yang formal, sehingga seringkali berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang tidak baku. Selain itu, tamu asing menanyakan rekomendasi tempat makan lokal halal yang dekat dari hotel.

Analisis Hasil Nilai Importance Performance Analysis (IPA)

Berdasarkan analisis sebelumnya menggunakan metode SERVQUAL, diketahui bahwa terdapat sejumlah atribut pelayanan yang memiliki nilai *gap* negatif, yang menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan pelayanan, namun melakukan perbaikan pada semua atribut tersebut secara bersamaan akan membutuhkan waktu dan biaya yang besar. Maka diperlukan diagram kartesis IPA untuk mengidentifikasi prioritas utama dalam perbaikan pelayanan dalam kuadran I seperti yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 8. Kuadran I

| Kuadran | Atribut dengan <i>gap</i> negatif |
|---------|---|
| I | Hotel X memiliki fasilitas yang bersih dan terawat (ruang tunggu, toilet, <i>front office</i>) |
| | Kebersihan kamar tamu dan fasilitas moderen yang terdapat di Hotel X |
| | Area lobi dan ruangan umum hotel terlihat nyaman dan menarik |
| | Pelayanan barang atau bagasi pelanggan |

Usulan Perbaikan

Fokus utama dalam perbaikan kualitas layanan adalah pada kuadran I karena layanan dianggap penting oleh pelanggan atau pengguna jasa layanan, tetapi perusahaan memberikan kualitas layanan yang buruk, sehingga dimensi layanan ini menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran I dapat dilihat di bawah ini.

Tabel 9. Rekomendasi perbaikan

| Kode | Atribut | Metode | |
|------|---|--------|-----|
| | | Gap 5 | IPA |
| A2 | Hotel X memiliki fasilitas yang bersih dan terawat (ruang tunggu, toilet, <i>front office</i>) | -1,66 | I |
| A3 | Kebersihan kamar tamu dan fasilitas moderen yang terdapat di Hotel X | -1,74 | I |
| A4 | Area lobi dan ruangan umum hotel terlihat nyaman dan menarik | -1,75 | I |
| B3 | Pelayanan barang atau bagasi pelanggan | -1,86 | I |

1. Hotel X memiliki fasilitas yang bersih dan terawat (ruang tunggu, toilet, *front office*).

Dalam menangani komplain terkait kebersihan dan perawatan fasilitas seperti ruang tunggu, toilet, dan *front office* pada Hotel X dan untuk perbaikan secara menyeluruh. Hotel X melakukan evaluasi dan penilaian rutin setiap hari terhadap kondisi fasilitas dengan audit harian agar memastikan standar kebersihan dan perawatan tetap terjaga. Pihak perusahaan juga melakukan pemeliharaan berkala dilakukan terhadap seluruh fasilitas dan peralatan untuk menghindari kerusakan yang dapat mengganggu kenyamanan tamu. Selain itu pihak perusahaan juga diharapkan mengganti seluruh fasilitas yang rusak dan mengecat ulang tembok kamar dan seluruh yang terlihat kotor agar pelanggan merasa nyaman saat menggunakan jasa perusahaan atau Hotel X.

2. Kebersihan kamar tamu dan fasilitas moderen yang terdapat di Hotel X.

Kesenjangan pada atribut ini dapat diberikan usulan perbaikan yaitu manajer melakukan pengawasan berkala dengan cara melakukan perawatan AC, dan kelengkapan kamar mandi diperiksa secara rutin dan ditingkatkan kualitasnya. Dan pihak perusahaan juga mengganti pralatan yang sudah mulai rusak seperti kursi dan meja yang terlihat usang. Dan melakukan perawatan cat tembok agar para pelanggan merasa nyaman saat menggunakan jasa perusahaan.

3. Area lobi dan ruangan umum hotel terlihat nyaman dan menarik.

Kesenjangan pada atribut ini dapat diberikan usulan perbaikan yaitu manajer melakukan pengecekan kebersihan area lobi, ruang umum hotel secara berkala dan dilakukan secara terus menerus dan manajer mengawasi para staff agar selalu menaati standar operasional perusahaan agar pelanggan merasa nyaman, selain itu pihak perusahaan juga mengganti fasilitas yang sudah mulai rusak atau usang di area lobi dan tempat umum dan melakukan perawatan tembok di beberapa pojok-pojok area lobi dan tempat umum agar pelanggan merasa nyaman.

4. Pelayanan barang atau bagasi pelanggan.

Kesenjangan pada atribut ini berupa keterlambatan pengantaran bagasi ke kamar, kurangnya koordinasi antara staff *front office* dan *bellboy*, berikan usulan perbaikan yaitu dengan memberikan standar operasional yang jelas kepada staff dan melakukan pelatihan ulang pada staff penanganan barang pelanggan yang cepat, ramah dan profesional. Selain itu juga mempertimbangkan untuk menambah jumlah staff atau menyediakan troli bagasi tambahan sealam jam sibuk agar mempercepat pelayanan agar pelanggan merasa nyaman terhadap pelayanan bagasi yang diberikan oleh pihak perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Hotel X masih belum memenuhi harapan pelanggan, terlihat dari nilai *gap* keseluruhan sebesar -1,05. Dimensi *tangible* memiliki kesenjangan negatif terbesar (-1,453). Berdasarkan analisis IPA, atribut prioritas perbaikan berada pada kebersihan fasilitas umum, kamar tamu, area lobi, serta pelayanan barang atau bagasi pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Yustita dkk. (2023) yang mengevaluasi kualitas pelayanan hotel menggunakan IPA dan menemukan bahwa atribut kebersihan serta kenyamanan fasilitas umum menjadi faktor dominan dalam memengaruhi kepuasan tamu. Persamaan ini menegaskan bahwa aspek fisik (*tangible*) masih menjadi titik lemah di banyak hotel kelas menengah. Selain itu, penelitian ini melengkapi temuan Alfianto & Ilahi (2022) yang meneliti Hotel Graha Indah Parepare, di mana dimensi *reliability* memiliki pengaruh paling signifikan terhadap kepuasan tamu. Jika dibandingkan, Hotel X menunjukkan *gap* besar pada *tangible* dan *reliability* secara bersamaan, sehingga memperkuat argumen bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kombinasi aspek fisik dan keandalan layanan, bukan hanya salah satunya. Sehingga penelitian ini berkontribusi dengan mengintegrasikan SERVQUAL dan IPA, yang tidak hanya mengukur kesenjangan harapan–persepsi, tetapi juga memetakan atribut kritis yang harus segera ditingkatkan. Dengan demikian, penelitian ini memperluas literatur dengan memberikan gambaran lebih komprehensif mengenai strategi perbaikan layanan hotel bintang dua di daerah perkotaan.

Simpulan

Tingkat kualitas pelayanan Hotel X dinilai masih kurang baik karena hasil pengukuran metode SERVQUAL menunjukkan adanya kesenjangan negatif sebesar -1,050 antara ekspektasi dan persepsi pelanggan. Melalui

analisis *Importance Performance Analysis* (IPA), ditemukan bahwa dimensi *Tangible* dan *Reliability* berada pada Kuadran I, yang artinya penting namun belum memenuhi harapan pelanggan. Atribut yang perlu diperbaiki meliputi kebersihan dan perawatan fasilitas umum, kamar tamu, area lobi, serta pelayanan bagasi. Untuk itu, hotel disarankan melakukan audit rutin, pemeliharaan fasilitas, peningkatan pengawasan, pelatihan staf, dan penambahan alat bantu guna meningkatkan kualitas layanan secara menyeluruh. Secara ilmiah, penelitian ini menegaskan bahwa kombinasi metode SERVQUAL dan IPA tidak hanya bermanfaat untuk mengidentifikasi kesenjangan layanan, tetapi juga dapat digunakan sebagai alat pengambilan keputusan manajerial. Dengan adanya pemetaan atribut layanan ke dalam kuadran IPA, manajemen hotel mampu memfokuskan sumber daya pada aspek yang paling kritis menurut pelanggan, sehingga strategi perbaikan lebih terarah dan efisien. Pendekatan ini juga memberikan kontribusi teoretis dengan memperkuat peran SERVQUAL dan IPA sebagai kerangka evaluasi layanan yang adaptif pada industri perhotelan.

Untuk penelitian selanjutnya, dapat memperluas jumlah dan variasi responden agar hasil analisis lebih representatif. Selain itu, dapat ditambahkan variabel lain seperti harga, pengalaman digital (misalnya kemudahan aplikasi pemesanan), serta loyalitas pelanggan untuk melihat perspektif lainnya. Kemudian metode analisis lain seperti *Customer Satisfaction Index* (CSI), *Quality Function Deployment* (QFD), atau *Analytic Hierarchy Process* (AHP) juga dapat digunakan untuk melengkapi hasil dari SERVQUAL dan IPA.

Daftar Pustaka

- [1] D. Fatihudin dan M. , A. Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Penerbit Budi Utama, 2019.
- [2] C. D. Pitoi, J. R. E. Tampi, dan A. Y. Punuindoong, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Best Western The Lagoon Manado,” *Productivity*, vol. 2, no. 1, hlm. 1–5, 2021.
- [3] O. Hapsara dkk., *Manajemen Pemasaran Jasa (Membangun Loyalitas Pelanggan)*. Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2023.
- [4] A. Alfianto dan A. Ilahi, “Jurnal Mirai Management Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Graha Indah Parepare,” *Jurnal Mirai Management*, vol. 7, no. 3, hlm. 551–561, 2022.
- [5] F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2019.
- [6] R. Hartono, Amrullah, dan G. Harsono, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa O.R 44 Hotel Pagar Dewa Kota Bengkulu,” *Journal of Governance and Public Administration (JoGaPA)*, vol. 1, no. 1, hlm. 88–105, 2023.
- [7] T. Munzir, R. Tanjung, W. Ismanto, A. Arifin, dan A. Manan, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Effect Of Service Quality And Product Quality On Customer Satisfaction,” *DIMENSI*, vol. 10, no. 1, hlm. 178–196, 2021.
- [8] C. Cesariana, F. Juliansyah, dan R. Fitriyani, “Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran),” *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, vol. 3, no. 1, hlm. 2022.
- [9] Gloriano dan J. Nugraha, “Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual: Studi Kasus di Perpustakaan Unesa,” *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran*, vol. 10, no. 3, hlm. 233–245, 2022.
- [10] D. Wibisono, F. Ulum, dan D. A. Megawaty, “Pengukuran Kualitas Sistem Informasi Kasir Terhadap Layanan Konsumen Menggunakan Metode Crisp-Dm Variabel Servqual (Studi Kasus: Studio Foto Archa),” *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTISI)*, vol. 3, no. 4, hlm. 112–119, 2022.
- [11] T. F. Satria, V. I. Asri, dan A. Sokhibi, “Analisis Kepuasan Nasabah Pada Perusahaan Asuransi Untuk Meningkatkan Loyalitas Menggunakan Metode Servqual, CSI, dan QFD (Studi Kasus: KPM. Pruforce One Juwana),” *Jurnal SIMETRIS*, vol. 14, no. 1, hlm. 183–194, 2023.
- [12] A. D. Yustita, A. Purwaningtyas, dan E. A. Ermawati, “Evaluasi Kualitas Pelayanan Hotel Terhadap Kepuasan Tamu Menggunakan Importance Performance Analysis (IPA),” *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, vol. 6, no. 1, hlm. 2023.
- [13] A. D. Setiawan, A. Z. Yamani, dan F. D. Winati, “Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus UMKM Ahul Saleh),” *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, vol. 1, no. 4, hlm. 286–295, 2022.
- [14] N. Wisudawati, M. G. Irfani, M. Hastarina, dan B. Santoso, “Penggunaan Metode Importance-Performance Analysis (IPA) Untuk Menganalisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Administrasi Kependudukan Kecamatan Lengkiti,” *Integrasi Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, vol. 8, no. 1, hlm. 32–39, 2023.
- [15] A. D. Setiawan, A. Z. Yamani, dan F. D. Winati, “Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus UMKM

- Ahul Saleh),” *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, vol. 1, no. 4, hlm. 286–295, 2022.
- [16] R. N. Amalia, R. S. Dianingati, dan E. Annisaa, “Pengaruh Jumlah Responden Terhadap Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan Dan Perilaku Swamedikasi,” *Generics : Journal of Research in Pharmacy*, vol. 2, no. 1, hlm. 9–15, 2022.
- [17] D. A. W. Prastika dan Suseno, “Optimalisasi Produktivitas dan Manajemen Risiko pada Sistem Produksi Aleta Leather Menggunakan Metode House of Risk,” *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, vol. 3, no. 2, hlm. 160–170, 2024.
- [18] A. F. Hassya dan A. G. Azwar, “Analisis Kualitas Layanan Terhadap Pelanggan menggunakan Metode Service Quality (Servqual) di PT. Pakar Biomedika Indonesia,” *Rekayasa Industri dan Mesin (ReTIMS)*, vol. 6, no. 1, hlm. 1–7, 2024.
- [19] M. M. Sanaky, L. M. Saleh, dan H. D. Titaley, “Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah,” *Jurnal Simetrik*, vol. 11, no. 1, hlm. 432–439, 2021.
- [20] S. Ridwan, M. Jidan Ermansyah, dan N. Apriyana, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Orange Supermarket Di Merauke Town Square,” *Jurnal Ilmiah MEA*, vol. 8, no. 2, hlm. 1048–1070, 2024.
- [21] J. S. Kawi dan Keni, “Peran Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah,” *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, no. 2, hlm. 407–418, 2024.
- [22] M. R. Ramadhan, I. D. Septianto, dan S. Sandiwarno, “Penerapan Metode Service Quality (SERVQUAL) dan Simple Additive Weighting (SAW) untuk Menentukan Pengambilan Keputusan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Restoran Ayam Geprek),” *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, vol. 14, no. 1, hlm. 88–99, 2024.
- [23] S. R. Ningsih, J. Z. Arika, A. I. Suryani, C. L. Andesti, dan R. Darwas, “Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Aplikasi E-Task Menggunakan Metode Servqual,” *Journal of Information Systems Management and Digital Business (JISMDB)*, vol. 1, no. 4, hlm. 417–426, 2024.
- [24] A. M. Rezza dan G. F. Asyraq, “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Pelayanan Di Pt Pos Bandung Dengan Metode SERVQUAL,” *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, vol. 12, no. 2, hlm. 1–6, 2022.
- [25] M. S. A. Siregar, “Analisa Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis,” *Factory Jurnal Industri, Manajemen dan Rekayasa Sistem Industri*, vol. 1, no. 1, hlm. 33–38, 2022.
- [26] A. Putra, M. N. Alamsyah, dan A. T. Susilo, “Pemanfaatan Metode Importance Performance Analisis Untuk Mengukur Tingkat Kepuasan Pengguna Website,” *Journal of Information System Research (JOSH)*, vol. 5, no. 4, hlm. 1225–1232, 2024.
- [27] R. Al Hakim, I. Mustika, dan W. Yuliani, “Validitas dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi,” *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)*, vol. 4, no. 4, hlm. 263, 2021.