



## ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN *FRONT OFFICE* PADA SAMOSIR VILLA RESORT KABUPATEN SAMOSIR PROVINSI SUMATERA UTARA

Sariana Hollandita Prima Putri Daulay<sup>1\*</sup> Agustinus Denny<sup>2\*</sup> Widya Octovia Rini Simanjuntak<sup>3\*</sup>

Room Division Study Program, Department of Hospitality, Polytechnic of Tourism Medan, North Sumatra 20371, Indonesia

<sup>1</sup>sarianahollandita@gmail.com <sup>2</sup>sparksdenny@gmail.com <sup>3</sup>widyaoctoviarini@gmail.com

Submitted: 2-04-2024	Revised: 010-04-2024	Accepted:21-05-2024	Online first: 08-06-2024
----------------------	----------------------	---------------------	--------------------------

### ABSTRACT

The main contribution of this research lies in an in-depth understanding of customer expectations and perceptions of Front Office service quality in a resort environment. Managerial implications and suggestions for improving service quality are also presented based on research findings. This research aims to increase the level of customer satisfaction with Front Office services at Samosir Villa Resort, Samosir Regency, North Sumatra Province. Measuring customer satisfaction is carried out through analysis of five service dimensions, namely facilities, empathy, responsiveness and guarantee. In this research, the method used is quantitative descriptive, where the data is expressed in numbers and analyzed using statistical techniques which are used to analyze data by describing or illustrating the data that has been collected as it is without the intention of making general conclusions or generalizations. The research results show that overall, customers express a positive level of satisfaction with Front Office services and there are several aspects that need to be improved. The conclusion of this research is that most respondents expressed a positive level of satisfaction with the Samosir Villa Resort Front Office service. This reflects the resort's success in meeting the expectations of most guests. There are certain indications, such as the form of facilities and speed of response, that received less attention from some respondents. Understanding this dissatisfaction is key to improving the overall guest experience and levels of customer satisfaction vary across different aspects of service. This shows the need for a different approach in improving the quality of Front Office services in accordance with diverse needs and expectations.

**Keywords:** Customer Satisfaction, Front Office Service Quality, Samosir Villa Resort

## 1. Pendahuluan

Industri perhotelan merupakan sektor yang sangat dinamis dan kompetitif, di mana kepuasan pelanggan menjadi kunci utama untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing suatu hotel. Sebagai elemen vital dalam struktur sektor pariwisata industri perhotelan menjadi penopang utama pengalaman wisatawan dan pertumbuhan ekonomi lokal. Kontribusinya tidak hanya terbatas pada penyediaan akomodasi, tetapi juga memainkan peran kunci dalam membentuk citra destinasi dan mendukung pendapatan daerah. Sebagai manifestasi dari ekonomi kreatif, sektor perhotelan melibatkan dinamika kompleks yang mencakup interaksi antara aspek ekonomi, budaya, dan sosial. Dalam hal ini, Kabupaten Samosir menjadi pusat perhatian dalam upaya pengembangan pariwisata regional, menimbulkan keterlibatan yang mendalam dengan dinamika industri perhotelan.

Industri perhotelan di Samosir menjadi fokus utama karena wilayah ini menggabungkan potensi keindahan alam dan kekayaan budaya yang melimpah. Dalam menghadapi tantangan dan peluang yang melekat dalam dinamika industri perhotelan, pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan menjadi esensial. Fenomena ini bukan hanya relevan dalam mempertahankan daya saing resort-industri di tingkat lokal, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap citra destinasi pariwisata secara keseluruhan.

Samosir Villa Resort merupakan sebuah akomodasi yang terletak di Pulau Samosir, Sumatera Utara, Indonesia. Resort ini menghadirkan pengalaman menginap yang unik dan eksklusif di tengah keindahan alam Danau Toba, salah satu danau terbesar di dunia. Sebagai destinasi utama di Pulau Samosir, resort ini menawarkan kombinasi istimewa antara kenyamanan modern dan kekayaan budaya tradisional namun keberhasilan sebuah resort, lebih jauh dari sekadar infrastruktur fisik dan lokasinya yang strategis, bergantung pada bagaimana kualitas pelayanan disampaikan kepada para tamu. Pelayanan ini, terutama yang terfokus di Front Office, bukan sekadar aspek administratif, melainkan elemen kritis yang membentuk persepsi tamu terhadap resort secara menyeluruh.

Front Office sebagai gerbang utama dalam interaksi antara pengunjung dan akomodasi, bukan hanya menjadi tempat di mana transaksi administratif dijalankan, tetapi juga menjadi panggung di mana citra dan identitas resort diukur. Lebih dari sekadar pemenuhan kebutuhan praktis, Front Office menjadi representasi visual dan interpersonal dari filosofi pelayanan Samosir Villa Resort. Dalam paradigma manajemen pelayanan, Front Office menandai tahap awal di mana kepuasan pelanggan bukan hanya diukur, tetapi dipahami, dibentuk, dan dijaga.

Pentingnya industri perhotelan sebagai sentra utama dalam perkembangan sektor pariwisata menuntut analisis yang melampaui kerangka lokal. Adanya variasi ekspektasi, preferensi, dan persepsi pelanggan menambah kompleksitas dalam merancang strategi pelayanan yang memiliki dimensi *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Empathy* dan *Assurance*.

Dengan keterlibatan mendalam dalam lapisan kompleks kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Front Office, penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan solusi operasional untuk Samosir Villa Resort, tetapi juga menyumbang pada literatur

akademis dalam manajemen pelayanan. Pendekatan holistik yang diharapkan menjadi keberlanjutan dalam pelayanan Front Office, memberikan kontribusi positif bagi Samosir Villa Resort di Kabupaten Samosir.

## 2. Tinjauan Pustaka

*Satisfaction* atau kepuasan dapat dilihat sebagai upaya untuk melakukan suatu tugas karena kata ini berasal dari bahasa Latin "satis" (cukup baik, memadai) dan "facio" (melakukan atau menghasilkan). Kotler (2007:177) mendefinisikan kepuasan sebagai pengalaman seseorang akan kebahagiaan atau ketidakpuasan yang berkembang ketika mereka membandingkan kinerja suatu produk (atau hasil) dengan ekspektasi mereka. Konsumen tidak senang jika kinerja tidak sesuai dengan harapannya. Konsumen senang jika kinerja sesuai dengan harapan mereka. Ketika kinerja melampaui harapan pelanggan, mereka sangat senang atau puas.

"Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kepuasan pelanggan," menurut Tjiptono (2016). Seperti yang telah dijelaskan oleh Zeithaml dan Bitner (2003), ada berbagai faktor yang membentuk kualitas layanan. Lima dimensi utama ini disebut sebagai SERQUAL.

## 3. Metode Penelitian

Penelitian kuantitatif deskriptif digunakan, di mana data dikuantifikasikan dan metode statistik diterapkan untuk analisis. Statistik deskriptif, menurut Sugiyono (2019), digunakan untuk meneliti data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah diperoleh sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas orang atau benda yang mempunyai atribut dan karakteristik tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Partisipan dalam penelitian ini adalah tamu di Samosir Villa Resort.

Sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja, responden yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang tersebut memadai dan cocok untuk dijadikan sebagai sumber data (Sugiyono, 2009:221). Populasi yang akan dijadikan sampel harus memenuhi persyaratan yaitu tamu yang menginap di Samosir Villa Resort di Kabupaten Samosir dan bersedia untuk berpartisipasi sebagai responden penelitian. Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka dapat digunakan rumus Cochran untuk menghitung jumlah sampel dalam penelitian dengan cara sebagai berikut, menurut Sugiyono (2017:148):

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

Z = Kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5 q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error) digunakan 10%

Maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,92)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{10\%^2}$$

$$n = 96,04 = 97 \text{ Responden}$$

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Penjelasan berikut ini memberikan konteks atas tanggapan yang diperoleh dari 97 responden mengenai kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan, dengan mempertimbangkan tingkat kinerja dan ekspektasi: Tabel berikut ini menampilkan tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang sesuai dengan ekspektasi:

**Tabel 1 Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Tingkat Harapan**

No	Jawaban Responden										Jumlah Frekuensi Responde n
	Sangat Mengharapka n		Mengharapkan		Cukup Mengharapkan		Kurang Mengharapka n		Tidak Mengharapkan		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
T1	16	16.50%	45	46.40%	27	27.80%	8	8.20%	1	1.00%	97
T2	14	14.40%	52	53.60%	25	25.80%	6	6.20%	0	0.00%	97
T3	13	13.40%	55	56.70%	20	20.60%	9	9.30%	0	0.00%	97
E4	18	18.60%	39	40.20%	29	29.90%	10	10.3%	1	1.00%	97
E5	14	14.40%	45	46.40%	31	32.00%	7	7.20%	0	0.00%	97
E6	10	10.30%	48	49.50%	28	28.90%	10	10.30%	1	1.00%	97
RL7	10	10.30%	38	39.20%	31	32.00%	15	15.50%	3	3.10%	97
RL8	16	16.50%	48	49.50%	26	26.80%	7	7.20%	0	0.00%	97
RL9	10	10.30%	43	44.30%	33	34.00%	9	9.30%	2	2.10%	97
RP10	8	8.20%	44	45.40%	31	32.00%	12	12.40%	2	2.10%	97
RP11	9	9.30%	48	49.50%	31	32.00%	7	7.20%	2	2.10%	97

RP12	8	8.20%	52	53.60%	30	30.90%	7	7.20%	0	0.00%	97
A13	12	12.40%	57	58.80%	21	21.60%	6	6.20%	1	1.00%	97
A14	14	14.40%	55	56.70%	20	20.60%	8	8.20%	0	0.00%	97
A15	11	11.30%	46	47.40%	29	29.90%	9	9.30%	2	2.10%	97
		<b>12.66%</b>		<b>49.15%</b>		<b>28.32%</b>		<b>8.84%</b>		<b>1.03%</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Rekapitulasi data dari jawaban responden mengenai tingkat harapan terhadap kualitas pelayanan *Front Office* di Samosir Villa Resort memberikan gambaran yang berharga dalam konteks penelitian ini. Analisis tersebut mencerminkan sejauh mana ekspektasi para tamu terpenuhi dan memberikan wawasan mendalam terkait persepsi mereka terhadap kualitas layanan.

Secara spesifik, hasil rekapitulasi menunjukkan bahwa sebanyak 18.00% responden berada pada kategori "Sangat Mengharapkan". Kelompok ini mencerminkan segmen tamu yang memiliki standar ekspektasi sangat tinggi terhadap pelayanan *Front Office*. Hal ini dapat diartikan bahwa mereka menginginkan pengalaman menginap yang luar biasa dan memuaskan. Sementara itu, mayoritas responden, yakni 49.15%, berada pada kategori "Mengharapkan". Kelompok ini dapat diinterpretasikan sebagai tamu yang memiliki harapan sejalan dengan standar umum industri perhotelan. Ekspektasi mereka mencakup pelayanan yang baik dan sesuai dengan norma yang berlaku. Namun, sebesar 28.32% responden berada pada kategori "Cukup Mengharapkan". Kelompok ini mungkin memiliki ekspektasi yang lebih rendah atau telah memiliki pengalaman sebelumnya yang mempengaruhi tingkat harapan mereka. Analisis lebih lanjut dapat membuka insight mengenai faktor-faktor yang memengaruhi tingkat harapan pada kelompok ini. Selanjutnya, sekitar 8.84% responden masuk pada kategori "Kurang Mengharapkan". Interpretasi dari kelompok ini mencerminkan ekspektasi yang rendah terhadap kualitas layanan *Front Office*. Hal ini dapat menjadi sinyal bahwa mungkin terdapat kebutuhan peningkatan signifikan dalam pelayanan guna memenuhi standar yang diharapkan. Terakhir, tingkat harapan "Tidak Mengharapkan" dengan persentase 1.03% menunjukkan bahwa ada segmen kecil responden yang memiliki ekspektasi sangat rendah terhadap kualitas layanan. Meskipun jumlahnya kecil, penting untuk memahami lebih lanjut penyebab dari tingkat harapan yang minim ini.

Dengan demikian, hasil rekapitulasi memberikan landasan untuk merumuskan strategi perbaikan dan peningkatan layanan *Front Office* di Samosir Villa Resort. Pemahaman

mendalam terhadap varian tingkat harapan ini dapat menjadi kontribusi signifikan dalam konteks pengembangan pelayanan perhotelan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Melalui analisis ini, dapat diidentifikasi area di mana *resort* dapat memperkuat atau meningkatkan pelayanannya, serta area di mana *resort* telah memenuhi atau bahkan melebihi harapan tamu. Hal ini memberikan dasar yang kuat untuk pengembangan strategi perbaikan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di Samosir Villa *Resort*.

Distribusi jawaban responden mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan berdasarkan tingkat kinerja dapat dilihat dari pada tabel dibawah ini:

**Tabel 2 Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Tingkat Kinerja**

No	Jawaban Responden										Jumlah Frekuensi Responden
	Sangat Puas		Puas		Cukup Puas		Kurang Puas		Tidak Puas		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
T1	6	6.20%	46	47.40%	29	29.90%	12	12.40%	4	4.10%	97
T2	7	7.20%	44	45.40%	27	27.80%	19	19.60%	0	0.00%	97
T3	9	9.30%	46	47.40%	32	33.00%	8	8.20%	2	2.00%	97
E4	11	11.30%	53	54.60%	25	25.80%	5	5.2%	3	3.10%	97
E5	9	9.30%	52	53.60%	25	25.80%	11	11.30%	0	0.00%	97
E6	8	8.20%	48	49.50%	25	25.80%	15	15.50%	1	1.00%	97
RL7	13	13.40%	47	48.50%	30	30.90%	7	7.20%	0	0.00%	97
RL8	26	26.80%	45	46.40%	21	21.60%	4	4.10%	1	1.00%	97
RL9	11	11.30%	30	30.90%	31	32.00%	24	24.70%	1	1.00%	97
RP10	32	33.00%	50	51.50%	11	11.30%	3	3.10%	1	1.00%	97
RP11	33	34.00%	50	51.50%	10	10.30%	1	1.00%	3	3.10%	97
RP12	31	32.00%	54	55.70%	5	5.20%	5	5.20%	2	2.10%	97
A13	15	15.50%	40	41.20%	28	28.90%	12	12.40%	0	0.00%	97
A14	17	17.50%	45	46.40%	26	26.80%	9	9.30%	0	0.00%	97
A15	8	8.20%	39	40.20%	34	35.10%	13	13.40%	3	3.10%	97
		<b>18.34%</b>		<b>47.35%</b>		<b>24.68%</b>		<b>8.20%</b>		<b>1.43%</b>	<b>100.00%</b>

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Pada tabel diatas terlihat bahwa yang menjawab Sangat Puas (18,34%): Kategori ini mencerminkan bahwa ada sejumlah responden yang memiliki pengalaman positif yang sangat kuat dengan *Front Office resort*. Ini bisa disebabkan oleh pelayanan yang sangat memuaskan, kemudahan proses, atau elemen lain yang secara signifikan melebihi harapan mereka. Puas (47,35%): Mayoritas responden merasa puas dengan pelayanan *Front Office*. Keberhasilan *resort* dalam memenuhi harapan pelanggan menunjukkan adanya kepuasan yang tinggi secara umum. Poin-poin positif ini bisa melibatkan efisiensi proses, kejelasan informasi, dan respons yang memadai. Cukup Puas (24,68%): Sebagian responden merasa

puas dengan tingkat yang memadai. Meskipun ada kepuasan, terdapat indikasi bahwa beberapa aspek pelayanan *Front Office* masih dapat ditingkatkan. Evaluasi mendalam perlu dilakukan untuk mengidentifikasi area-area yang perlu perbaikan. Kurang Puas (8,20%): Sejumlah kecil responden merasa kurang puas. Ini dapat menjadi sinyal bahwa ada aspek pelayanan *Front Office* yang perlu perhatian lebih, dan evaluasi mendalam diperlukan untuk memahami penyebab ketidakpuasan ini. Tidak Puas (1,43%): Meskipun jumlahnya kecil, kategori ini menandakan bahwa ada responden yang merasa sangat tidak puas. Ini memerlukan investigasi lebih lanjut untuk mengidentifikasi masalah yang mendasarinya dan mengambil tindakan perbaikan.

Secara Keseluruhan hasil rekapitulasi ini memberikan pandangan yang komprehensif untuk manajemen Samosir Villa *Resort* untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan *Front Office*. Perhatian khusus harus diberikan pada area-area tertentu yang menjadi sorotan tingkat kepuasan yang lebih rendah untuk memastikan peningkatan keseluruhan kualitas layanan *Front Office*.

#### 4.1.2. Uji Validitas

Semua jawaban yang diberikan oleh responden dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap responden sebelum dilakukan pengolahan data. Korelasi product moment digunakan untuk melakukan uji validitas. Program IBM SPSS 20 digunakan untuk prosedur pengujian dan uji validitas dalam penelitian ini untuk menghitung data yang akan dihitung. Menurut kriteria pengujian, uji validitas memberikan hasil sebagai berikut: jika  $r \text{ sig} > 0,05$  (alpha), maka pengujian tidak valid; jika  $\text{sig} < 0,05$  (alpha), maka pengujian valid.

**Tabel 3 Hasil Uji Validitas Kuesioner Mengenai kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan *Front Office* berdasarkan harapan**

Pernyataan	Sig	Alpha (0.05)	Kondisi	Keterangan
T1	0.000	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
T2	0.000	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
T3	0.000	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
E4	0.000	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
E5	0.000	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
E6	0.000	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
RL7	0.000	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
RL8	0.000	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
RL9	0.000	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
RP10	0.000	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid
RP11	0.000	0,05	$\text{sig} < 0,05$	Valid

RP12	0.000	0,05	sig < 0,05	Valid
A13	0.000	0,05	sig < 0,05	Valid
A14	0.000	0,05	sig < 0,05	Valid
A15	0.000	0,05	sig < 0,05	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Temuan dari uji validitas variabel, yang menunjukkan semua item pernyataan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan berdasarkan ekspektasi, berdasarkan tabel di atas. Nilai sig yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 (alpha). Dengan demikian, diputuskan bahwa semua item pernyataan yang berkaitan dengan kepuasan nasabah atas layanan berdasarkan kepentingan adalah sah.

**Tabel 4 Hasil Uji Validitas Kuesioner Mengenai kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan *Front Office* berdasarkan kinerja**

Pernyataan	Sig	Alpha (0.05)	Kondisi	Keterangan
T1	0.000	0,05	sig < 0,05	Valid
T2	0.000	0,05	sig < 0,05	Valid
T3	0.000	0,05	sig < 0,05	Valid
E4	0.000	0,05	sig < 0,05	Valid
E5	0.000	0,05	sig < 0,05	Valid
E6	0.000	0,05	sig < 0,05	Valid
RL7	0.000	0,05	sig < 0,05	Valid
RL8	0.000	0,05	sig < 0,05	Valid
RL9	0.000	0,05	sig < 0,05	Valid
RP10	0.000	0,05	sig < 0,05	Valid
RP11	0.000	0,05	sig < 0,05	Valid
RP12	0.000	0,05	sig < 0,05	Valid
A13	0.000	0,05	sig < 0,05	Valid
A14	0.000	0,05	sig < 0,05	Valid
A15	0.000	0,05	sig < 0,05	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Temuan dari uji validitas variabel, yang menyajikan semua item pernyataan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan berdasarkan kinerja, berdasarkan tabel di atas. Nilai sig yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 (alpha). Dengan demikian, seluruh item pernyataan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan berdasarkan kinerja adalah benar.

#### 4.1.3. Hasil Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, pengujian menggunakan bantuan software IBM SPSS 26 dengan rumus Cronbach Alpha untuk menguji reliabilitas masing-masing instrumen variabel yang berkaitan dengan kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan *Front Office* berdasarkan

harapan dan kinerja. Tabel berikut ini menampilkan hasil uji reliabilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r.

**Tabel 5 Daftar Interpretasi Koefisie**

Koefisien r	Realibilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang / Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2013)

Berdasarkan tabel diatas ketentuan reliabel diatas, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut :

Variabel	Koefisien alpha chronbach	Koefisien r	Simpulan
<b>Konsep Harapan</b>	0,954	0,8000 – 1,000	<b>Sangat Tinggi</b>
<b>Konsep Kinerja</b>	0,916	0,8000 – 1,000	<b>Sangat Tinggi</b>

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Nilai Cronbach's alpha untuk kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan Front Office berdasarkan harapan dengan tingkat reliabilitas yang sangat tinggi adalah 0.954, seperti yang ditunjukkan oleh hasil uji reliabilitas pada tabel di atas. Tingkat keandalan yang sangat tinggi dalam kinerja diwakili oleh nilai 0,916.

#### 4.2. Hasil Analisis Data

Dengan menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satisfaction Index*, dua metode analisis data, *Front Office* di Samosir Villa Resort akan menghitung nilai kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

##### 4.2.1. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Dengan menggunakan analisis kinerja dan harapan, atau *importance performance analysis*, maka akan terlihat seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan Samosir Villa Resort terhadap kualitas pelayanan. Berikut ini adalah data hasil analisis *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis* yang diperoleh dari hasil penelitian dan pengolahan data:

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki : Tingkat kesesuaian

Xi : Skor penilaian harapan

Yi : Skor penilaian kinerja

**Tabel 3 Hasil Rata-Rata Nilai dari Atribut Harapan**

NO	SP	P	CP	KP	TP	Total	Rata-rata
	5	4	3	2	1		
T1	16	45	27	8	1	358	3.58
T2	14	52	25	6	0	365	3.65
T3	13	55	20	9	0	363	3.63
E4	18	39	29	10	1	354	3.54
E5	14	45	31	7	0	357	3.57
E6	10	48	28	10	1	347	3.47
RL7	10	38	31	15	3	328	3.28
RL8	16	48	26	7	0	364	3.64
RL9	10	43	33	9	2	341	3.41
RP10	8	44	31	12	2	335	3.35
RP11	9	48	31	7	2	346	3.46
RP12	8	52	30	7	0	352	3.52
A13	12	57	21	6	1	364	3.64
A14	14	55	20	8	0	366	3.66
A15	11	46	29	9	2	358	3.58

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

**Tabel 4 Hasil Rata-Rata Nilai Dari Atribut Kinerja**

NO	SP	P	CP	KP	TP	Total	Rata-rata
	5	4	3	2	1		
T1	6	46	29	12	4	329	3.29
T2	7	44	27	19	0	330	3.30
T3	9	46	32	8	2	343	3.43
E4	11	53	25	5	3	355	3.55
E5	9	52	25	11	0	350	3.50
E6	8	48	25	15	1	338	3.38
RL7	13	47	30	7	0	357	3.57
RL8	26	45	21	4	1	382	3.82
RL9	11	30	31	24	1	317	3.17
RP10	32	50	11	3	1	400	4.00
RP11	33	50	10	1	3	400	4.00
RP12	31	54	5	5	2	398	3.98
A13	15	40	28	12	2	345	3.45
A14	17	45	26	9	0	361	3.61
A15	8	39	34	13	3	327	3.27

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

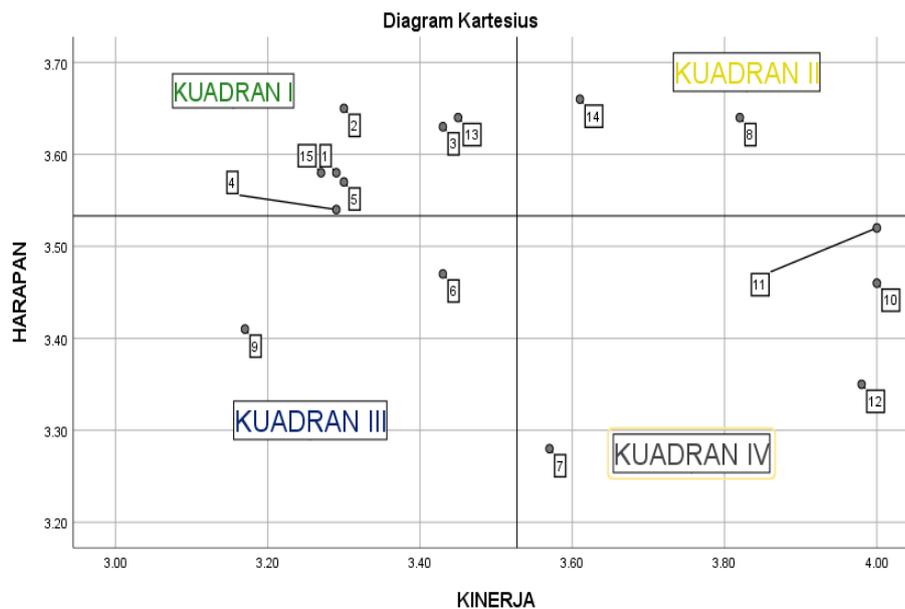
**Tabel 5 Hasil Rata-Rata Keseluruhan**

No	INDIKATOR	HARAPAN	RATA - RATA	KINERJA	RATA - RATA
1	T1	3.58		3.64	
2	T2	3.65		3.66	
3	T3	3.63		3.58	

		10.86	3.62	10.02	3.34
4	E1	3.54		3.55	
5	E2	3.57		3.5	
6	E3	3.47		3.38	
		10.58	3.53	10.43	3.5
7	RL1	3.28		3.57	
8	RL2	3.64		3.82	
9	RL3	3.41		3.17	
		10.33	3.44	10.56	3.52
10	RP1	3.35		4	
11	RP2	3.46		4	
12	RP3	3.52		3.98	
		10.33	3.48	11.98	4
13	A1	3.64		3.45	
14	A2	3.66		3.61	
15	A3	3.58		3.27	
		10.88	3.63	10.33	3.4

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Nilai total rata-rata dari atribut harapan adalah 3,62 pada dimensi berwujud dan berwujud, dan 3,44 pada dimensi keandalan, sesuai dengan tabel di atas. Untuk atribut kinerja, dimensi jaminan memiliki nilai terendah yaitu 3,4 dan dimensi daya tanggap memiliki nilai tertinggi yaitu 4. Nilai rata-rata 3,5542 diperoleh untuk atribut harapan dan nilai rata-rata 3,5547 diperoleh untuk atribut kinerja dengan menyajikan semua item pernyataan yang terlibat. Pada gambar di bawah ini, diagram kartesius ditampilkan sebagai berikut.



Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

**Gambar 1 Diagram Kartesius**

Interpretasi dari diagram kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Meskipun pengunjung menghargai fitur-fitur dalam kuadran ini, dalam praktiknya atribut-atribut ini tidak sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan. Karakteristik kuadran ini meliputi:

- kebersihan dan estetika area *Front Office* Samosir Villa Resort memuaskan ..... (1)
  - meja resepsionis, signage, dan dekorasi di *Front Office* memberikan kesan yang baik.....(2)
  - fasilitas di *Front Office* menciptakan kesan yang baik dan memperkaya pengalaman pelanggan ..... (3)
  - Kelancaran proses check-in/check-out di *Front Office* Samosir Villa memuaskan .....(4)
  - keakurat informasi yang Anda terima dari staf *Front Office* terkait layanan dan fasilitas di Samosir Villa Resort.....(5)
  - Samosir Villa Resort memenuhi harapan Anda berdasarkan janji-janji yang diberikan, seperti waktu check-in/check-out dan layanan yang dijanjikan.....(13)
  - Dengan baik keandalan layanan yang dijanjikan oleh Samosir Villa Resort selama menginap.....(15)
2. Mempertahankan Pencapaian, Kuadran B Organisasi telah berhasil mengadopsi kuadran ini, dan perlu dipertahankan. Karakteristik kuadran ini meliputi:
- kebijakan dan prosedur di *Front Office* memberikan kepastian dan rasa aman selama menginap.....(14)
  - Anda merasa diperlakukan dengan cepat dan ramah ketika mengajukan kebutuhan tambahan atau permintaan khusus.....(8)
3. Kuadran C: Prioritas Rendah Nasabah menganggap sektor ini kurang penting. Karakteristik kuadran ini meliputi:
- Keefektifan staf *Front Office* dalam menanggapi kebutuhan Anda sebagai tamu.....(9)
  - Informasi sangat bermanfaat yang diberikan oleh staf *Front Office* dalam meningkatkan pengalaman.....(6)
4. Kuadran D (Berlebihan)
- Pelanggan mungkin puas dengan kuadran ini, tetapi implementasinya terlalu drastis. Karakteristik kuadran ini meliputi:
- Staf *Front Office* merespons pertanyaan atau permintaan Anda dengan cepat.....(7)
  - Staf *Front Office* menunjukkan kepedulian dan perhatian terhadap kebutuhan pribadi Anda selama menginap.....(10)
  - Interaksi personal dengan staf *Front Office*, apakah Anda merasa diperlakukan secara individual dan ramah.....(11)

- Staf *Front Office* dapat mengakomodasi kebutuhan khusus atau preferensi Anda sebagai tamu.....(12)

#### 4.5.2. CSI

##### 1. Mean Importance Score

Rata-rata tingkat harapan responden untuk setiap variabel atau atribut dikenal sebagai *Mean Importance Score* (MIS), dan dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n y_i}{n}$$

Keterangan:

n : Jumlah responden

Yi : Harapan atribut ke-i

**Gambar 2 Hasil Skor rata-rata Mean Importance Score (MIS) Atribut Harapan**

NO	SP	P	CP	KP	TP	Total	Rata-rata
	5	4	3	2	1		
T1	16	45	27	8	1	358	3.58
T2	14	52	25	6	0	365	3.65
T3	13	55	20	9	0	363	3.63
E4	18	39	29	10	1	354	3.54
E5	14	45	31	7	0	357	3.57
E6	10	48	28	10	1	347	3.47
RL7	10	38	31	15	3	328	3.28
RL8	16	48	26	7	0	364	3.64
RL9	10	43	33	9	2	341	3.41
RP10	8	44	31	12	2	335	3.35
RP11	9	48	31	7	2	346	3.46
RP12	8	52	30	7	0	352	3.52
A13	12	57	21	6	1	364	3.64
A14	14	55	20	8	0	366	3.66
A15	11	46	29	9	2	358	3.58

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

##### 2. Menentukan Mean Satisfaction Score (MSS)

Nilai Kepuasan Rata-rata (MSS) adalah nilai rata-rata dari tingkat kinerja yang dirasakan responden untuk setiap variabel atau karakteristik. Nilai ini dapat dihitung dengan menggunakan metode di bawah ini:

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

Keterangan:

n : Jumlah responden

Xi : Nilai kinerja atribut ke-i

**Gambar 3 Hasil Skor Rata-Rata Mean Satisfaction Score (MSS) Atribut Kinerja**

NO	SP	P	CP	KP	TP	Total	Rata-rata
	5	4	3	2	1		
T1	6	46	29	12	4	329	3.29
T2	7	44	27	19	0	330	3.30
T3	9	46	32	8	2	343	3.43
E4	11	53	25	5	3	355	3.55
E5	9	52	25	11	0	350	3.50
E6	8	48	25	15	1	338	3.38
RL7	13	47	30	7	0	357	3.57
RL8	26	45	21	4	1	382	3.82
RL9	11	30	31	24	1	317	3.17
RP10	32	50	11	3	1	400	4.00
RP11	33	50	10	1	3	400	4.00
RP12	31	54	5	5	2	398	3.98
A13	15	40	28	12	2	345	3.45
A14	17	45	26	9	0	361	3.61
A15	8	39	34	13	3	327	3.27

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

### 3. Weight Factor

Dengan menerapkan rumus berikut untuk menentukan Weight Factor (WF), kita dapat menghitung persentase nilai MIS masing-masing atribut terhadap keseluruhan MIS semua atribut.

$$\sum_{i=1}^p MIS_i = MIS_1 + MIS_2 + MIS_3 + \dots \text{ Rumus ke (1)}$$

$$WF = \frac{MIS}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \text{ Rumus ke (2)}$$

Keterangan:

P : Jumlah atribut kepentingan

i : Atribut pelayanan ke-i

**Gambar 4 Hasil Wiegth Factor (WF)**

No	INDIKATOR	HARAPAN	RATA - RATA	Weigh factor	KINERJA	RATA - RATA
1	T1	3.58			3.64	
2	T2	3.65			3.66	
3	T3	3.63			3.58	

		10.86	3.62	0,20	10.02	3.34
4	E1	3.54			3.55	
5	E2	3.57			3.5	
6	E3	3.47			3.38	
		10.58	3.53	0,20	10.43	3.5
7	RL1	3.28			3.57	
8	RL2	3.64			3.82	
9	RL3	3.41			3.17	
		10.33	3.44	0,20	10.56	3.52
10	RP1	3.35			4	
11	RP2	3.46			4	
12	RP3	3.52			3.98	
		10.33	3.48	0,20	11.98	4
13	A1	3.64			3.45	
14	A2	3.66			3.61	
15	A3	3.58			3.27	
		10.88	3.63	0,20	10.33	3.4

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

#### 4. *Weight Score (WSI)*

Untuk menghitung Skor Bobot (WS), rumus berikut ini digunakan untuk mengalikan Faktor Bobot (WF) dengan tingkat rata-rata kenyataan layanan yang dirasakan responden sebagai Skor Kepuasan Rata-rata (MSS):  $WFi \times MSSi = WSi$ .

Keterangan:

i : Atribut pelayanan

**Gambar 5 Weight Score (WSi)**

No	INDIKATOR	MIS	Wfi	MSSi	Wsi
1	Tangibles / Bukti Fisik	3.62	0,20	3.34	0.668
2	Reability / Kehandalan	3.53	0,20	3.5	0.7
3	Responsiveness / Tanggap	3.44	0,20	3.52	0.704
4	Assurance / Jaminan	3.48	0,20	4	0,8
5	Empathy / Perhatian	3.63	0,20	3.4	0.68
	<b>TOTAL</b>	<b>17,7</b>		<b>Weight Average</b>	<b>3.552</b>

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

#### 5. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Rumus berikut ini dapat digunakan untuk mengonversi skala dari nol ke satu atau dari nol ke seratus, yang merupakan skala kepuasan pelanggan standar yang digunakan dalam interpretasi indeks:  $CSI = \frac{\sum_{i=1}^n WSi}{HS} \times 100\%$

**HS**

Dimana:

P : Atribut kepentingan

HS : (Highest Scale) Skala maksimum yang digunakan (skala 5)

$$CSI = \frac{3,55}{5} \times 100 \% = 0,71$$

Dari hasil perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) terdapat hasil 0,71

**Gambar 6 Kriteria Nilai Indeks kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan *Front Office* di Samosir Villa Resort pada Kabupaten Samosir**

No	Koefisien <i>r</i>	Realibilitas
1	81% - 100%	Sangat Puas
2	66% - 80,99%	Puas
3	51% - 65,99%	Cukup Puas
4	35% - 50,99%	Kurang Puas
5	0% - 34,99%	Tidak Puas

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (data diolah)

Nilai Indeks Kepuasan Pelanggan untuk Samosir Villa Resort di Kabupaten Samosir adalah 71%, atau 0,71, sesuai dengan tabel di atas, yang mencantumkan kriteria nilai indeks berdasarkan kualitas layanan resepsionis. Angka 0,71 berada di antara 66% dan 80,99% jika indeks kepuasan konsumen menjadi dasarnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa indeks kepuasan konsumen Samosir Villa Resort di Kabupaten Samosir untuk kualitas layanan resepsionis secara umum berada dalam standar puas.

#### 4.3. Pembahasan

Dari hasil didapatkan nilai Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Tingkat Harapan menunjukkan Sangat Mengharapkan = 18,34%, Mengharapkan = 47,35%, Cukup Mengharapkan = 24,68%, Kurang Mengharapkan = 8,20% dan Tidak Mengharapkan = 1,43%.

Dengan demikian, hasil rekapitulasi memberikan landasan untuk merumuskan strategi perbaikan dan peningkatan layanan *Front Office* di Samosir Villa Resort. Pemahaman mendalam terhadap varian tingkat harapan ini dapat menjadi kontribusi signifikan dalam konteks pengembangan pelayanan perhotelan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Melalui analisis ini, dapat diidentifikasi area di mana *resort* dapat memperkuat atau meningkatkan pelayanannya, serta area di mana *resort* telah memenuhi atau bahkan melebihi harapan tamu. Hal ini memberikan dasar yang kuat untuk pengembangan strategi perbaikan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di Samosir Villa Resort.

Sedangkan Dari hasil didapatkan nilai Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Tingkat Kinerja Sangat Puas = 18,34%, Puas = 47,35%, Cukup Puas = 24,68%, Kurang Puas = 8,20%, Tidak Puas = 1,43%.

Secara Keseluruhan hasil rekapitulasi ini memberikan pandangan yang komprehensif untuk manajemen Samosir Villa Resort untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas

layanan *Front Office*. Perhatian khusus harus diberikan pada area-area tertentu yang menjadi sorotan tingkat kepuasan yang lebih rendah untuk memastikan peningkatan keseluruhan kualitas layanan *Front Office*.

Hasil IPA menunjukkan atribut yang harus diprioritaskan untuk menjaga kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan pada *Front Office* di Samosir Villa Resort pada Kabupaten Samosir adalah kebersihan dan estetika area *Front Office* Samosir Villa Resort memuaskan. meja resepsionis, signage, dan dekorasi di *Front Office* memberikan kesan yang baik fasilitas di *Front Office* menciptakan kesan yang baik dan memperkaya pengalaman pelanggan. Kelancaran proses check-in/check-out di *Front Office* Samosir Villa memuaskan, keakuratan informasi yang Anda terima dari staf *Front Office* terkait layanan dan fasilitas di Samosir Villa Resort. Samosir Villa Resort memenuhi harapan pelanggan berdasarkan janji-janji yang diberikan, seperti waktu check-in/check-out dan layanan yang dijanjikan. Dengan baik keandalan layanan yang dijanjikan oleh Samosir Villa Resort selama menginap.

Hasil IPA menunjukkan atribut yang harus dipertahankan untuk menjaga kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan pada *Front Office* di Samosir Villa Resort pada Kabupaten Samosir adalah kebijakan dan prosedur di *Front Office* memberikan kepastian dan rasa aman selama menginap. Pelanggan merasa diperlakukan dengan cepat dan ramah ketika mengajukan kebutuhan tambahan atau permintaan khusus.

Hasil IPA menunjukkan atribut yang perlu di tingkatkan untuk menjaga kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan pada *Front Office* di Samosir Villa Resort pada Kabupaten Samosir adalah Keefektifan staf *Front Office* dalam menanggapi kebutuhan Anda sebagai tamu dan Informasi sangat bermanfaat yang diberikan oleh staf *Front Office* dalam meningkatkan pengalaman.

Hasil IPA menunjukkan atribut yang memuaskan tetapi dalam pelaksanaannya terlalu berlebihan untuk menjaga kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan pada *Front Office* di Samosir Villa Resort pada Kabupaten Samosir adalah Staf *Front Office* merespons pertanyaan atau permintaan Anda dengan cepat. Staf *Front Office* menunjukkan kepedulian dan perhatian terhadap kebutuhan pribadi Anda selama menginap. Interaksi personal dengan staf *Front Office*, apakah Anda merasa diperlakukan secara individual dan ramah dan Staf *Front Office* dapat mengakomodasi kebutuhan khusus atau preferensi Anda sebagai tamu.

Angka Indeks Kepuasan Pelanggan untuk Samosir Villa Resort di Kabupaten Samosir adalah 71%, atau 0,71, menurut temuan survei kepuasan pelanggan tentang kualitas layanan resepsionis. Angka 0,71, jika didasarkan pada indeks kepuasan konsumen, berada di antara

66% dan 80,99%. Berdasarkan hal ini, dapat disimpulkan bahwa indeks kepuasan konsumen Samosir Villa Resort di Kabupaten Samosir secara umum berada dalam standar puas.

## 5. Kesimpulan

1. Mayoritas responden menyatakan tingkat kepuasan yang positif terhadap pelayanan Front Office Samosir Villa Resort. Hal ini mencerminkan keberhasilan resort dalam memenuhi harapan sebagian besar tamu.
2. Terdapat indikasi tertentu, seperti tangibilitas fasilitas dan kecepatan respons, yang mendapatkan perhatian lebih rendah dari sebagian responden. Pemahaman terhadap ketidakpuasan ini menjadi kunci untuk meningkatkan pengalaman tamu secara menyeluruh.
3. Tingkat kepuasan pelanggan bervariasi di berbagai aspek pelayanan. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan yang berbeda dalam meningkatkan kualitas layanan Front Office sesuai dengan kebutuhan dan harapan yang beragam.

## 6. Author's declaration

### Authors' contributions and responsibilities

- The authors made substantial contributions to the conception and design of the study.
- The authors took responsibility for data analysis, interpretation and discussion of results.
- The authors read and approved the final manuscript.

### Availability of data and materials

- All data are available from the authors.

### Competing interests

- The authors declare no competing interest.

## 7. Referensi

- [1] Anggraini, Nia. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen PT Hawaii Holiday Hotel Pekanbaru. Program Studi Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Persada Bunda. Vol.1 No.9 Februari 2021.
- [2] Dirgiatmo, Yong. (2003). Uji Validitas dan Reliabilitas. Universitas Sebelas Maret Surakarta: Makalah.
- [3] Djarwanto dan Pangestu Subagyo. (1996). Statistik Induktif. Edisi IV, Yogyakarta: BPFPE.
- [4] Ghozali, Imam. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [5] Kotler, P. (2007). Marketing Management. 12th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- [6] Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [7] Sugiyono. (2017). Statistika untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- [8] Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [9] Tjiptono, F. (2016). Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta: Andi.
- [10] Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. New York: McGraw-Hill.