

## Bab IV Pengumpulan Data dan Pengolahan Data

### 4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Hotel XYZ merupakan hotel bintang empat yang berdiri pada tanggal 9 Juli 1988, berlokasi di Lembang, Jawa Barat. Hotel XYZ memiliki simbol seorang wanita sedang berkebon dan simbol empat bintang di atas. Simbol empat bintang menggambarkan hotel ini merupakan salah satu hotel bintang empat di Lembang, sedangkan simbol wanita memiliki arti hotel memiliki pemandangan yang sangat indah. Hal tersebut diharapkan para tamu merasa aman dan nyaman akan pemandangan dan desain dari Hotel XYZ, sehingga yakin akan pilihan untuk menginap kembali di hotel ini.

Pada mulanya Hotel XYZ hanya memiliki 54 kamar, kini telah bertambah menjadi 115 kamar dengan luas hotel 5,5 Hektar. Hotel XYZ memiliki fasilitas meliputi; televisi LCD, meja tulis, shower, tempat rapat, layanan kamar 24 jam, *wifi* area, restoran dan layanan laundry atau dry cleaning, kolam renang anak, kolam renang dewasa, lapangan tenis, klub anak, taman, spa dan sauna. Kenyamanan dan kemudahan tersebut adalah keunggulan dari Hotel XYZ Lembang. Berikut adalah beberapa tempat rekreasi yang terdapat di sekitar hotel ini antara lain :

- De Ranch
- The Valley Cafe
- Gunung Berapi Tangkuban Perahu
- Floating Market Lembang
- Kebun teh Subang
- Teropong Bintang

Hotel XYZ memiliki 175 orang karyawan meliputi Manajemen hotel, resepsionis, *room boy*, *engineering*, *security*, *laundry*, pegawai *restaurant*, tukang kebun dan lain- lain. Segala kegiatan yang berkaitan dengan hotel berada dibawah tanggung jawab H. Youm Chandra, ST. MM., selaku General Manager yang berada langsung dibawah direktur utama yang dijabat oleh pemilik hotel ini.

#### 4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

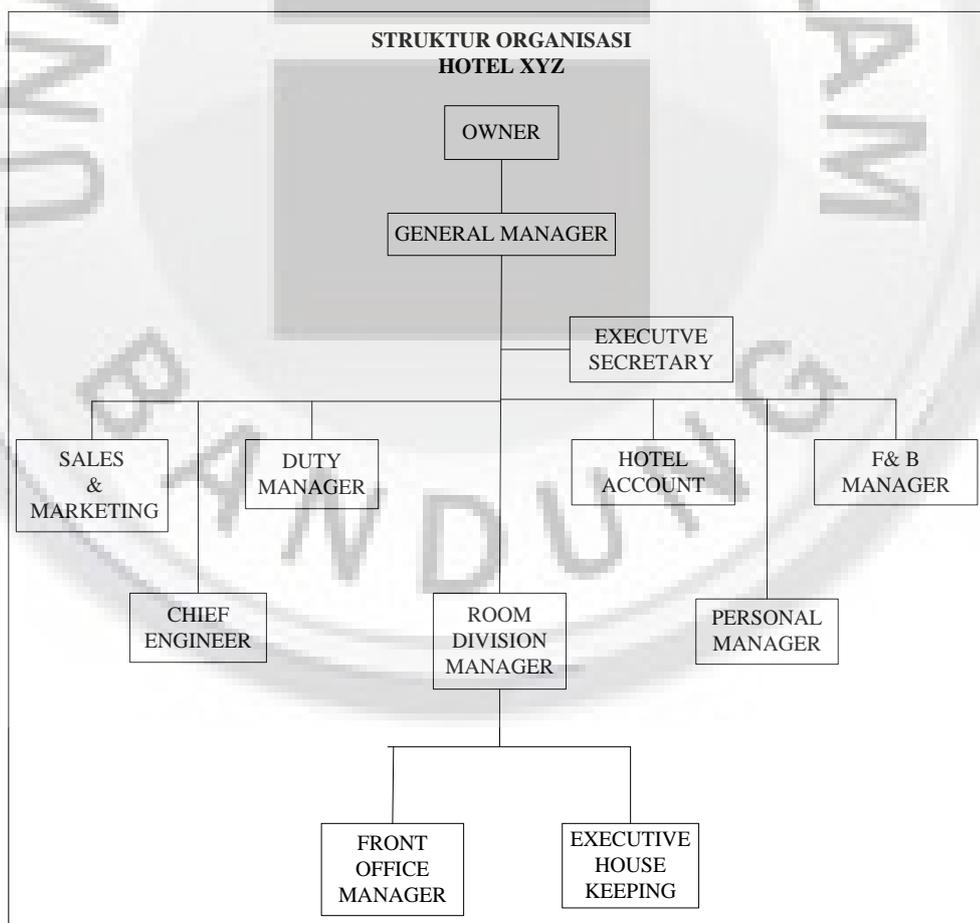
Sebagaimana perusahaan lain, hotel ini juga mempunyai visi dan misi. Visi dan misi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Visi hotel adalah menjadi salah satu hotel yang berkualitas.
2. Misi hotel adalah menjadi tempat singgah yang nyaman dan yang memberikan kesan di hati para tamu.

Dengan visi dan misi tersebut diharapkan dijadikan pedoman bagi para karyawan dalam melayani setiap tamu yang menginap di hotel ini.

#### 4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur dapat diartikan sebagai suatu susunan dan bagian-bagian atau posisi-posisi dalam suatu perusahaan yang mana setiap bagian tersebut saling berhubungan yang ditunjukkan dengan garis. Struktur organisasi secara Hotel XYZ, pada Gambar 4.1.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi  
Sumber: Arsip Hotel XYZ

Uraian diskripsi kerja dari Struktur Organisasi Hotel XYZ, sebagai berikut:

**a) Owner**

Tugas owner adalah pemilik.

**b) General Manager**

General Manager adalah direktur atau pimpinan tertinggi dalam perusahaan yang bertugas mengatur semua urusan yang berkaitan dengan perusahaan baik didalam maupun diluar.

**c) Executive Secretary**

Executive Secretary adalah sekretaris direktur utama yang bertugas untuk mengatur semua jadwal kegiatan atau acara

**d) Sales & Marketing**

Sales & Marketing adalah bagian yang bertugas memasarkan hotel, sehingga banyak pelanggan yang akan menginap dihotel tersebut.

**e) Duty Manager**

Duty Manager adalah manager dan sebagai perwakilan perusahaan pada saat jam kantor sudah selesai serta sebagai pengganti manager yang tidak melakukan tugas pada jam kantor.

**f) Hotel Account**

Hotel Account adalah pengendali operasional keuangan hotel.

**g) F & B Manager**

F & B Manager memiliki tugas dan tanggungjawab membuat, menyiapkan, dan menyajikan makan dan minuman kepada tamu hotel.

**h) Chief Engineer**

Chief Engineer memiliki tugas dan tanggungjawab melakukan perbaikan jika terjadi kerusakan ataupun perawatan interior maupun eksterior. Seperti: mengecat, memperbaiki dan lain-lain.

**i) Room Division**

Room Division adalah seseorang yang bertugas mempersiapkan kamar.

**j) Personal Manager**

Personal Manager adalah seseorang yang memiliki tugas dan tanggung jawab melakukan perencanaan, pengawasan, dan berperan serta dalam perekrutan karyawan, serta membantu dalam pengarahan program pelatihan.

#### **k) Front Office Manager**

Front Office Manager bertugas mengurus registrasi tamu sebelum menginap di dalam hotel dan juga proses check out.

#### **l) Executive House Keeping**

Executive House Keeping adalah seseorang yang memiliki tugas dan tanggungjawab menyiapkan kamar bagi tamu serta membersihkan kamar hotel selama tamu menginap di hotel tersebut.

### **4.2 Pengumpulan Data**

Data penelitian diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak hotel dan hasil kuesioner yang disebarakan kepada responden. Langkah-langkah pengumpulan data penelitian, meliputi:

#### **4.2.1 Identifikasi Populasi**

Identifikasi populasi untuk mengetahui kepuasan pelanggan Hotel XYZ, peneliti mendefinisikan populasi sebagai berikut:

Elemen Terkait = Pelanggan pengguna jasa hotel.

Unit Pemilihan Sampel = Pelanggan pengguna jasa hotel.

Kawasan = Hotel XYZ

Waktu = Mulai Agustus 2013

#### **4.2.2 Menentukan Populasi**

Peneliti menentukan ukuran populasi yang digunakan sesuai dengan kondisi aktual yang ada di lapangan meliputi anggaran, jangkauan penelitian, kerangka pemilihan sampel. Jumlah sampel lebih *representative* untuk mewakili populasi yang telah diidentifikasi dan sesuai dengan hasil wawancara di lapangan.

#### **4.2.3 Data Hasil Survey**

Data hasil survey berupa penentuan atribut penelitian untuk dijadikan butir pertanyaan pada kuesioner yang akan dibagikan kepada responden. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung dan didampingi oleh peneliti, agar responden tidak keliru dalam mengisi kuesioner. Penyusunan atribut dilakukan dengan mengidentifikasi layanan yang dimiliki pihak hotel. Penyebaran kuesioner

dilakukan setelah atribut terbentuk sesuai keinginan pelanggan. Atribut yang dibutuhkan tamu, pada Tabel 4.1

Tabel 4.1 Data Atribut yang Dibutuhkan Tamu Hotel.

Dimensi	No	Pelayanan
Tangible	T1	Lapangan parkir yang memadai dan aman
	T2	Kamar bersih, rapi dan nyaman
	T3	Kesesuaian fasilitas (tempat tidur, televisi, tv kabel, kulkas kecil, bar) sesuai dengan kelas kamar hotel
	T4	Perlengkapan kamar mandi (air panas, shower, handuk, dan peralatan mandi) lengkap
	T5	Fasilitas tambahan seperti tempat pertemuan (seminar dan rapat) dan lab kebugaran (fitness center, sauna) baik
	T6	Penggunaan peralatan teknologi modern ( <i>wifi</i> , tv kabel) baik
	T7	Kondisi lingkungan hotel rapi, bersih dan nyaman
	T8	Kualitas makanan dan minuman baik dan beragam
Reliability	R1	Pemesanan kamar dapat dilakukan secara online ataupun offline
	R2	Petugas kamar (room boy) pelayanannya cepat
	R3	Pada saat pemesanan kamar dilayani dengan baik
Assurance	A1	Adanya jaminan keamanan selama menginap di hotel
	A2	Karyawan hotel (reseptionist, pramusaji restoran, petugas kamar, petugas keamanan, dll) ramah dan sabar
	A3	Keakuratan dalam proses pembayaran administrasi
Emphaty	E1	Memperhatikan keluhan pelanggan dengan sungguh-sungguh
	E2	Informasi yang jelas mengenai fasilitas hotel, tempat wisata dan perbelanjaan.
	E3	Penyediaan mini market (tempat penjualan makanan dan minuman) diluar hotel
Responsive	Re1	Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi tamu
	Re2	Penyelesaian keluhan (keluhan mengenai fasilitas, kinerja atau pelayanan karyawan hotel,dll) dengan baik dan tepat waktu
	Re3	Karyawan memberikan informasi dengan jelas dan mudah

#### 4.2.4 Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner

Kuesioner merupakan alat untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap jasa yang diberikan Hotel XYZ. Pembuatan kuesioner terbagi menjadi dua bagian, yaitu :

- a) Bagian pertama berisi data aktual mengenai profil responden, seperti : jenis kelamin, usia, pekerjaan, serta tujuan menginap. Analisis dilakukan untuk mengetahui tingkat persentase yang disajikan dalam bentuk diagram.
- b) Bagian kedua berisi persepsi responden terhadap kualitas layanan pada saat sebelum menginap sampai dengan setelah menginap. Kolom pengisian, meliputi; kolom tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan, serta kolom

disfungsional dan fungsional. Kolom tingkat kepuasan dan kepentingan menggunakan skala *likert*. Kolom ketiga dan keempat berisi layanan disfungsional dan fungsional. Hasil pernyataan akan dipetakan menggunakan model KANO (Lampiran A).

#### 4.2.5 Penyebaran Kuesioner Pretest

Kuesioner *pretest* disebarakan kepada pelanggan Hotel XYZ. Berikut merupakan hasil rekapitulasi data responden *pretest* pada Tabel 4.2 (Lampiran B).

Tabel 4.2 Rekapitulasi Data *Pretest* Pelanggan

R E S	Kuesioner Tingkat Kepuasan																			
	Atribut Pelayanan																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	2	3	4	4	4	4	3	4	3	3	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4
2	2	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
																				
28	2	4	3	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	5	4	3	5	3	4	4
29	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4
30	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	2	4	5	3	3	3	5	4

#### 4.2.6 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara uji korelasi *product*. Kriteria validitas suatu pertanyaan dapat ditentukan, jika:

- $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka dinyatakan valid.
- $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Berikut contoh perhitungan manual  $r_{hitung}$  dengan  $\alpha=5\%$  dan menggunakan persamaan rumus (II.4) halaman 34 pada sub bab 2.11.7 untuk pernyataan ke-1, pada Tabel 4.3

Tabel 4.3 Perhitungan Korelasi  $r$  Untuk Pernyataan ke-1 Persepsi Pelanggan

Res	X	Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	XY
1	2	75	4	5625	150
2	2	73	4	5329	146
3	3	63	9	3969	189
4	5	92	25	8464	460
5	3	65	9	4225	195
6	3	89	9	7921	267
7	3	91	9	8281	273
8	4	78	16	6084	312
9	2	69	4	4761	138
10	4	81	16	6561	324
11	4	87	16	7569	348
12	4	82	16	6724	328
13	3	76	9	5776	228
14	5	97	25	9409	485
15	4	66	16	4356	264
16	3	62	9	3844	186
17	3	73	9	5329	219
18	2	62	4	3844	124
19	3	73	9	5329	219
20	2	67	4	4489	134
21	3	74	9	5476	222
22	5	79	25	6241	395
23	2	71	4	5041	142
24	4	79	16	6241	316
25	3	83	9	6889	249
26	3	75	9	5625	225
27	3	65	9	4225	195
28	2	73	4	5329	146
29	3	76	9	5776	228
30	4	74	16	5476	296
$\Sigma$	96	2270	332	174208	7403

Dari data hasil pengamatan, diperoleh besaran :

$$\begin{array}{rclcl}
 n & 30 & \Sigma X^2 & 332 & \\
 \Sigma XY & 7403 & (\Sigma X)^2 & 9216 & \\
 \Sigma X & 96 & \Sigma Y^2 & 174208 & \\
 \Sigma Y & 2270 & (\Sigma Y)^2 & 5152900 & 
 \end{array}$$

Sehingga diperoleh:

$$r_{xy} = \frac{30(7.403) - (96 \times 2.270)}{\sqrt{\{30(332) - 9.216\} \times \{30(174208) - 5152900\}}} = 0,565$$

Dari hasil perhitungan untuk variabel 1, didapat nilai  $r$  sebesar 0,565. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$ ,  $r_{tabel}$  dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data ( $n$ ) = 30, maka didapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (Lampiran C), maka variabel tersebut bersifat valid. Perhitungan variabel lainnya dilakukan dengan cara yang sama dan akan dibandingkan dengan menggunakan *software SPSS for Windows 17.0* (Lampiran D). Untuk lebih lengkapnya rekapitulasi uji validasi, pada Tabel 4.4

Tabel 4.4 Rekapitulasi Uji Validitas

Dimensi	No	Pelayanan	r hitung	r tabel	Ket:
Tangible	T1	Lapangan parkir yang memadai dan aman	0,772	0,361	VALID
	T2	Kamar bersih, rapi dan nyaman	0,773	0,361	VALID
	T3	Kesesuaian fasilitas (tempat tidur, televisi, tv kabel, kulkas kecil, bar) sesuai dengan kelas kamar hotel	0,675	0,361	VALID
	T4	Perlengkapan kamar mandi (air panas, shower, handuk, dan peralatan mandi) lengkap	0,397	0,361	VALID
	T5	Fasilitas tambahan seperti tempat pertemuan (seminar dan rapat) dan lab kebugaran (Fitness center, sauna) baik	0,581	0,361	VALID
	T6	Penggunaan peralatan teknologi modern ( <i>wifi</i> , tv kabel) baik	0,614	0,361	VALID
	T7	Kondisi lingkungan hotel rapi, bersih dan nyaman	0,599	0,361	VALID
	T8	Kualitas makanan dan minuman baik dan beragam	0,668	0,361	VALID
Reliability	R1	Pemesanan kamar dapat dilakukan secara online ataupun offline	0,756	0,361	VALID
	R2	Petugas kamar (room boy) pelayanannya cepat	0,773	0,361	VALID
	R3	Pada saat pemesanan kamar dilayani dengan baik	0,565	0,361	VALID
Assurance	A1	Adanya jaminan keamanan selama menginap di hotel	0,565	0,361	VALID
	A2	Karyawan hotel (reseptionist, pramusaji restoran, petugas kamar, petugas keamanan, dll) ramah dan sabar	0,676	0,361	VALID
	A3	Keakuratan dalam proses pembayaran administrasi	0,797	0,361	VALID
Emphatly	E1	Memperhatikan keluhan pelanggan dengan sungguh-sungguh	0,486	0,361	VALID
	E2	Informasi yang jelas mengenai fasilitas hotel, tempat wisata dan perbelanjaan.	0,449	0,361	VALID
	E3	Penyediaan mini market (tempat penjualan makanan dan minuman) diluar hotel	0,597	0,361	VALID
Responsive	Re1	Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi tamu	0,618	0,361	VALID
	Re2	Penyelesaian keluhan(keluhan mengenai fasilitas, kinerja atau pelayanan karyawan hotel,dll) dengan baik dan tepat waktu	0,526	0,361	VALID
	Re3	Karyawan memberikan informasi dengan jelas dan mudah	0,599	0,361	VALID

#### 4.2.7 Uji Reliabilitas

Dari hasil penyebaran kuesioner *pretest* sebanyak 30 responden dan 20 variabel, maka langkah selanjutnya melakukan perhitungan manual terhadap koefisien *reliability* pelanggan dengan acuan persamaan rumus (II.5) sampai dengan (II.8) halaman 35 pada sub bab 2.11.8, berikut ini :

$$S_1^2 = \frac{42.875 - (1.265.625)^2/30}{30 - 1}$$

$$= 23,70$$

$$S_2^2 = \frac{44.832 - (1.322.500)^2/30}{30 - 1}$$

$$= 25,82$$

$$S_x^2 = \frac{175.183 - (5.175.625)^2/30}{30 - 1}$$

$$= 91,798$$

$$r_{11} = 2 \left[ 1 - \frac{23,70 + 25,82}{91,80} \right]$$

$$= 0,921$$

*Output* diatas didapat nilai Alpha sebesar 0,921, sedangkan nilai  $r_{\text{kritis}}$  (uji 2 sisi) pada signifikansi 0,05 dengan jumlah data ( $n$ ) = 30, didapat sebesar 0,361 (Tabel  $r$ ). Karena nilai Alpha lebih besar dari 0.361, maka dapat disimpulkan bahwa variabel keseluruhan pertanyaan tersebut reliabel. Perhitungan tersebut akan dibandingkan dengan menggunakan *software SPSS for Windows* 17.0 (Lampiran E).

#### 4.2.8 Penentuan Jumlah Sampel

Berdasarkan data pengunjung Hotel XYZ tahun 2012 – 2013 yang berjumlah 24.209 orang, maka dengan menggunakan rumus (II.3) dan ketidaktelitian sebesar 10 % didapat jumlah penyebaran sampel minimal sebanyak 100 kuesioner.

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

$$n = \frac{24.209}{24.209 \times (0,1)^2 + 1} = 99,59 \approx 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas bahwa kuesioner yang dapat disebarakan sebanyak 100 buah kuesioner.

### 4.3 Pengolahan Data

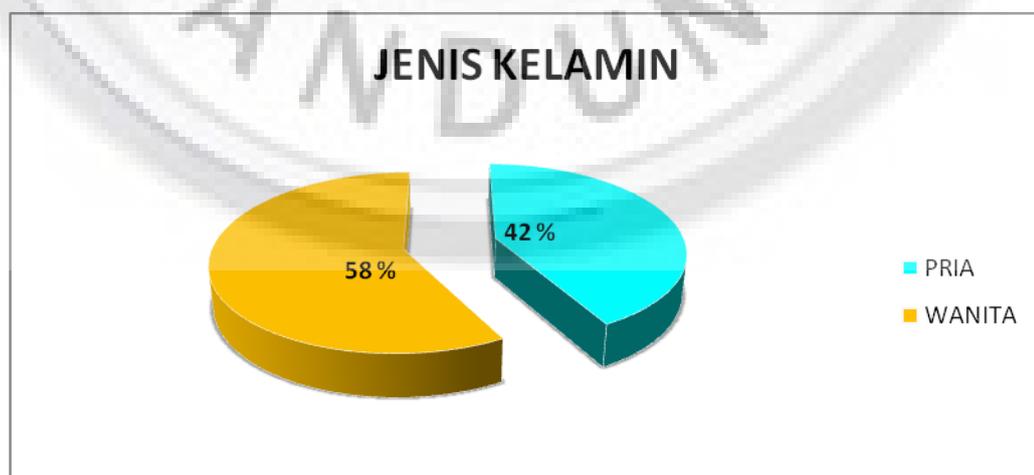
Setelah seluruh data terkumpul, kemudian rekapitulasi kuesioner dengan cara mengidentifikasi data responden dan menghitung kepuasan pelanggan terhadap atribut pelayanan untuk mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan atribut layanan, serta mengklasifikasikan atribut tiap responden pada kategori KANO dan mengukur kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan menggunakan metode CSI.

#### 4.3.1 Profil Responden

Penyebaran kuesioner pada penelitian ini dilakukan terhadap 100 orang pengunjung atau tamu yang menginap di Hotel XYZ dengan berbagai profil yang telah ditetapkan (Lampiran F). Adapun profil yang telah ditetapkan adalah sebagai berikut:

##### a) Jenis Kelamin Responden

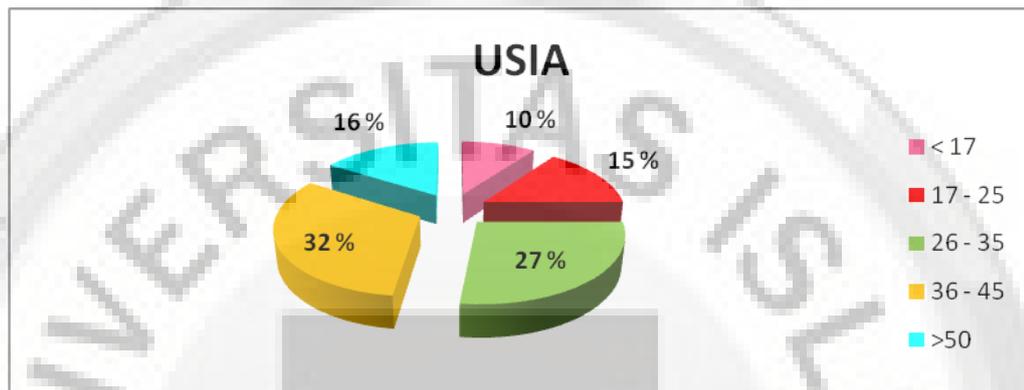
Pada bagian ini akan dijelaskan klasifikasi jenis kelamin responden meliputi karakteristik responden berdasarkan klasifikasi jenis kelamin yang mana responden wanita lebih banyak daripada responden pria. Jumlah responden wanita sebanyak 58 orang responden atau 58% dan untuk pria sebanyak 42 orang responden atau 42% dari 100 responden secara keseluruhan. Klasifikasi jenis kelamin responden, pada Gambar 4.2



Gambar 4.2 Klasifikasi Jenis Kelamin

## b) Usia

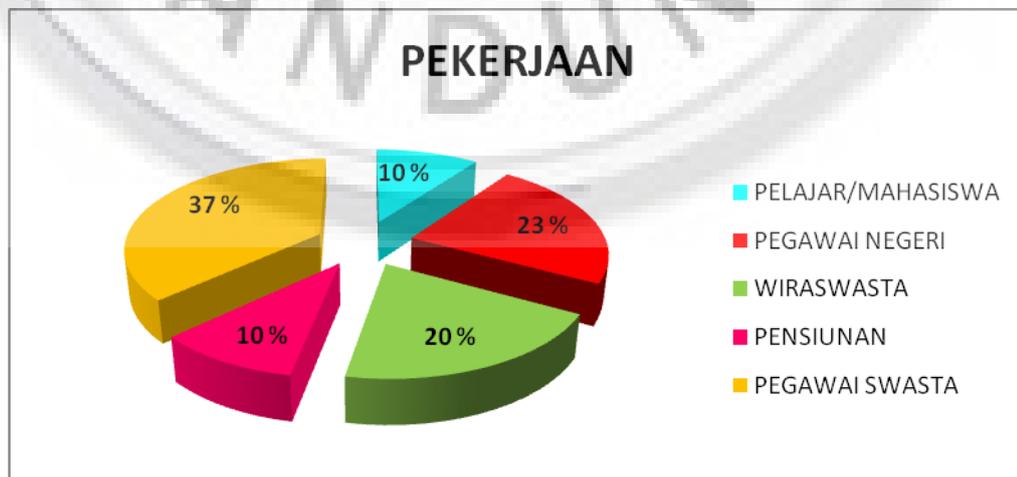
Pelanggan yang menginap dan berusia kurang dari 17 tahun sebanyak 10 orang responden atau 10%, berusia 17-25 tahun sebanyak 15 orang responden atau 15%, berusia 26-35 tahun sebanyak 27 orang responden atau 27% , berusia 36-45 tahun sebanyak 32 orang responden atau 32%, dan yang berusia > 50 tahun sebanyak 16 orang responden atau 16% dari keseluruhan responden sebanyak 100 orang. Klasifikasi usia responden, pada Gambar 4.3



Gambar 4.3 Klasifikasi Usia

## c) Pekerjaan

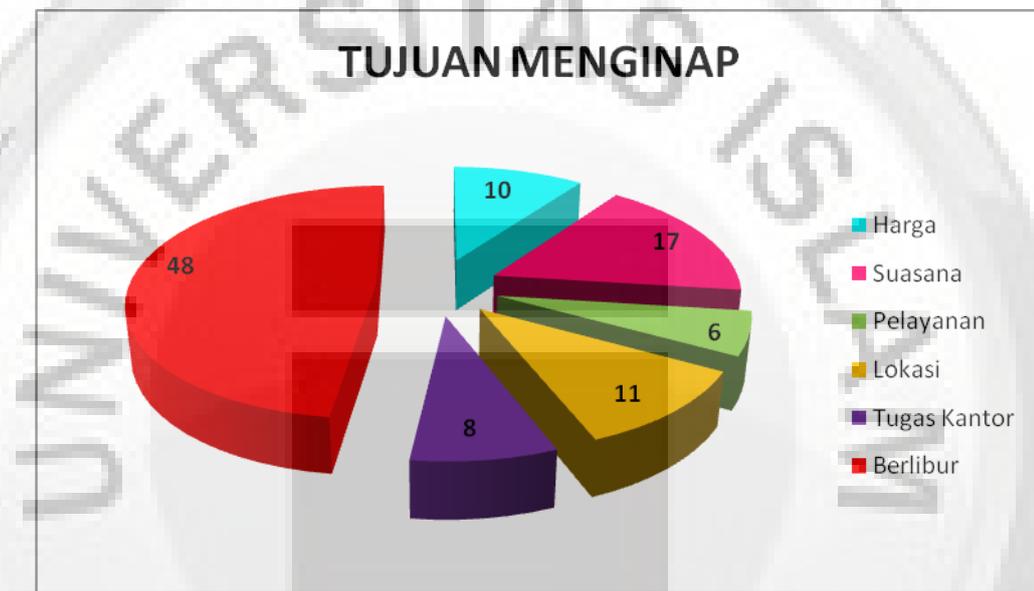
Responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa sebanyak 10 orang responden atau 10%, pegawai negeri sipil sebanyak 23 orang responden atau 23%, wiraswasta sebanyak 20 orang responden atau 20%, pensiunan sebanyak 10 orang responden atau 10%, dan yang terakhir pegawai swasta sebanyak 37 orang responden atau 37% dari 100 orang responden secara keseluruhan. Klasifikasi pekerjaan, pada Gambar 4.4



Gambar 4.4 Klasifikasi Pekerjaan

#### d) Tujuan Menginap

Berdasarkan tujuan responden menginap di Hotel XYZ, dilihat dari segi harga sebanyak 10 orang responden atau 10 %, dilihat dari suasana terdapat 15 orang responden atau 15%, dilihat dari segi pelayanan terdapat 5 orang atau 5%, dilihat dari segit lokasi terdapat 11 orang atau 11%, dilihat dari tugas kantor sebanyak 8 orang responden atau 8%, dan terakhir dilihat dari segi berlibur atau rekreasi sebanyak 48 orang responden atau 49% dari 97 orang responden secara keseluruhan. Klasifikasi tujuan menginap responden, pada Gambar 4.5



Gambar 4.5 Klasifikasi Alasan Menginap

#### 4.3.2 Rekapitulasi Tingkat Kepuasan Setiap Layanan

Pengukuran tingkat kepuasan dilakukan untuk mengetahui seberapa puas variabel yang diajukan dan untuk mengetahui tingkat kepuasan responden terhadap pelayanan yang diberikan Hotel XYZ. Rekapitulasi tingkat kepuasan (Lampiran G) diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang disajikan dengan model KANO. Rekapitulasi tersebut, pada Tabel 4.5

Tabel 4.5 Rekapitulasi Tingkat Kepuasan

RES	Kuesioner Tingkat Kepuasan																			
	Atribut Pelayanan																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4
3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
...	↓																			
90	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4
91	4	5	3	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	3	5	5	4	5	4	5
92	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
93	2	4	4	3	3	4	4	3	4	1	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4
94	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	4	5	5	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
96	3	4	3	5	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4
97	2	2	3	5	5	4	2	3	4	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5
98	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
99	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Xbar	3,63	3,84	3,84	3,65	3,93	3,83	3,81	3,43	3,81	3,65	3,82	3,92	3,65	4,18	3,75	3,79	4,07	3,92	3,89	3,78
Grand Mean	3,810																			

### 4.3.3 Rekapitulasi Tingkat Kepentingan Setiap Layanan

Pengukuran tingkat kepentingan dilakukan untuk mengetahui seberapa penting variabel yang diajukan dan untuk mengetahui tingkat kepentingan responden terhadap pelayanan yang diberikan Hotel XYZ. Rekapitulasi tingkat kepentingan (Lampiran H) diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang disajikan dengan metode CSI. Rekapitulasi tersebut, pada Tabel 4.6

Tabel 4.6 Rekapitulasi Tingkat Kepentingan

RESPONDEN	Kuesioner Tingkat Kepentingan																			
	Atribut Pelayanan																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4
3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4
5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4
...	↓																			
90	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	3	5	5	5	4	5	5
91	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	5	4	3	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
94	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5
95	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
96	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3
97	2	4	5	5	5	5	5	4	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
98	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
100	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
Xbar	4,11	4,13	4,27	4,09	4,09	4,15	4,21	3,76	4,08	4,05	4,12	4,01	4,28	4,22	4,25	4,39	4,35	4,38	4,26	4,17
Grand Mean	4,17																			

#### 4.3.4 Identifikasi Keunggulan dan Kelemahan Atribut Layanan

Perhitungan skor rata-rata tingkat kepuasan konsumen setiap atribut pelayanan yang diajukan ke pelanggan digunakan untuk mengetahui atribut keunggulan dan kelemahan dari suatu atribut layanan yang diperoleh dengan cara menjumlah seluruh skor pada tiap atribut untuk semua responden, kemudian hasil penjumlahan dibagi dengan jumlah responden dan terakhir jumlah seluruh rata-rata dari setiap atribut dibagi dengan jumlah atribut. Suatu atribut dikatakan unggul atau lemah apabila *grand-mean* kepuasan diatas *grand-mean* tingkat kepuasan atribut dan dibawah *grand-mean* tingkat kepuasan atribut. Contoh perhitungan seperti:

$$\begin{aligned} \bar{X}_1 &= \frac{363}{100} \\ &= 3,63 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \bar{X}_{20} &= \frac{378}{100} \\ &= 3,78 \end{aligned}$$

Untuk atribut selanjutnya dilakukan dengan perhitungan yang sama, lalu cari nilai *grand mean* tingkat kepuasan dari layanan tersebut dengan cara:

$$\bar{X} = \frac{3,63+3,84+3,84+\dots+3,92+3,89+3,78}{20}$$

$$= 3,810$$

Dari hasil perhitungan *grand mean* tingkat kepuasan atribut layanan sebesar 3,810. Hasil perhitungan tersebut dipakai untuk mengidentifikasi keunggulan atau kelemahan dari suatu atribut pelayanan, seperti pada Tabel 4.7

Tabel 4.7 Identifikasi Keunggulan dan Kelemahan Atribut Pelayanan

No	Pelayanan	Kepuasan	Grand Mean	Ket:
T1	Lapangan parkir yang memadai dan aman	3,650	3,810	lemah
T2	Kondisi lingkungan hotel rapi, bersih dan nyaman	4,180		unggul
T3	Kamar bersih, rapi dan nyaman	3,930		unggul
T4	Kesesuaian fasilitas (tempat tidur, televisi, tv kabel, kulkas kecil, bar) sesuai dengan kelas kamar hotel	3,830		unggul
T5	Perlengkapan kamar mandi (air panas, shower, handuk, dan peralatan mandi) lengkap	3,810		unggul
T6	Fasilitas tambahan seperti tempat pertemuan (seminar dan rapat) dan lab kebugaran (fitness center, sauna) baik	3,810		unggul
T7	Penggunaan peralatan teknologi modern (wifi, tv kabel) baik	3,650		lemah
T8	Kualitas makanan dan minuman baik dan beragam	3,750		lemah
R1	Pemesanan kamar dapat dilakukan secara online ataupun offline	3,840		unggul
R2	Petugas kamar (room boy) pelayanannya cepat	3,430		lemah
R3	Pada saat pemesanan kamar dilayani dengan baik	3,630		lemah
A1	Adanya jaminan keamanan selama menginap di hotel	3,820		unggul
A2	Karyawan hotel (reseptionist, pramusaji restoran, petugas kamar, perugas keamanan, dll) ramah dan sabar	3,920		unggul
A3	Keakuratan dalam proses pembayaran administrasi	3,920		unggul
E1	Memperhatikan keluhan pelanggan dengan sungguh-sungguh	3,790		lemah
E2	Informasi yang jelas mengenai fasilitas hotel, tempat wisata dan perbelanjaan.	3,840		unggul
E3	Penyediaan mini market (tempat penjualan makanan dan minuman) diluar hotel	3,780		lemah
Re1	Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi tamu	3,890		unggul
Re2	Penyelesaian keluhan dengan baik dan tepat waktu	3,650		lemah
Re3	Karyawan memberikan informasi dengan jelas dan mudah	4,070		unggul

Dari hasil identifikasi atribut pelayanan pada Tabel 4.7, maka atribut yang termasuk kategori keunggulan dan kelemahan berdasarkan dimensi *Service Quality (Servqual)* sesuai dengan keinginan pelanggan, adalah sebagai berikut :

### **1. *Tangible***

Untuk dimensi *Tangible*, layanan yang termasuk kategori keunggulan adalah:

- Kondisi lingkungan hotel rapi, bersih dan nyaman
- Kamar bersih, rapi dan nyaman
- Kesesuaian fasilitas (tempat tidur, televisi, tv kabel, kulkas kecil, bar) sesuai dengan kelas kamar hotel
- Perlengkapan kamar mandi (air panas, shower, handuk, dan peralatan mandi) lengkap
- Fasilitas tambahan seperti tempat pertemuan (seminar dan rapat) dan tempat kebugaran (fitness center, sauna, kolam renang) baik

Sedangkan layanan yang termasuk kategori kelemahan meliputi:

- Tempat parkir yang memadai dan aman
- Penggunaan peralatan teknologi modern (*wifi*, tv kabel) baik
- Kualitas makanan dan minuman baik dan beragam

### **2. *Reliability***

Untuk dimensi *reliability*, layanan yang termasuk kategori keunggulan adalah:

- Pada saat pemesanan kamar dilayani dengan baik
- Pemesanan kamar dapat dilakukan secara online ataupun offline

Sedangkan layanan yang termasuk kategori kelemahan meliputi:

- Petugas kamar ( room boy ) pelayanannya cepat

### **3. *Assurance***

Untuk dimensi *assurance*, layanan yang termasuk kategori keunggulan adalah:

- Adanya jaminan keamanan selama menginap di hotel
- Karyawan hotel (reseptionist, pramusaji restoran, petugas kamar, petugas keamanan, dll ) ramah dan sabar
- Keakuratan dalam proses pembayaran administrasi

Sedangkan layanan yang termasuk kategori kelemahan, tidak terdapat pada dimensi ini.

#### 4. *Empathy*

Untuk dimensi *empathy*, layanan yang termasuk kategori keunggulan adalah:

- Informasi yang jelas mengenai fasilitas hotel, tempat wisata dan perbelanjaan.

Sedangkan layanan yang termasuk kategori kelemahan meliputi:

- Memperhatikan keluhan pelanggan dengan sungguh-sungguh
- Penyediaan mini market (tempat penjualan makanan dan minuman) diluar hotel

#### 5. *Responsiveness*

Untuk dimensi *responsiveness*, layanan yang termasuk kategori keunggulan adalah:

- Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi tamu
- Karyawan memberikan informasi dengan jelas dan mudah

Sedangkan layanan yang termasuk kategori kelemahan meliputi:

- Penyelesaian keluhan (keluhan mengenai fasilitas, kinerja atau pelayanan karyawan hotel,dll) dengan baik dan tepat waktu

### 4.3.5 Klasifikasi Atribut Berdasarkan Model KANO

Contoh pertanyaan E1 responden ke-1 untuk mengklasifikasikan atribut kedalam kategori KANO yang terdiri dari *one-dimensional*, *attractive*, *must be*, *indifferent*, *reverse*, dan *questionable*. Adapun contoh pertanyaan model KANO, pada Tabel 4.8 sampai dengan Tabel 4.9.

Tabel 4.8 Contoh Butir Pertanyaan Model KANO

Pertanyaan	Layanan tidak berfungsi					Layanan Berfungsi				
	SS	S	N	TS	STS	SS	S	N	TS	STS
Lapangan parkir yang memadai dan aman	✓								✓	

Setelah menjawab pertanyaan yang diajukan, langkah selanjutnya adalah mengolah hasil kuesioner dengan mencerminkan tabel evaluasi KANO para responden ke dalam Tabel KANO 5x5. Adapun Tabel KANO 5x5, pada Tabel 4.9

Tabel 4.9 Tabel Evaluasi KANO

Kebutuhan Pelanggan		Disfungsional				
		Sangat Suka	Suka	Netral	Tidak Suka	Sangat Tidak Suka
Fungsional	Sangat Suka	Q	A	A	<b>A</b>	O
	Suka	R	I	I	I	M
	Netral	R	I	I	I	M
	Tidak Suka	R	I	I	I	M
	Sangat Tidak Suka	R	R	R	R	Q

Hasil rekapitulasi seluruh tabel evaluasi KANO (Lampiran I), pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10 Rekapitulasi Tabel Evaluasi KANO

Res	KATEGORI KANO																			
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	R1	R2	R3	A1	A2	A3	E1	E2	E3	Re1	Re2	Re3
1	A	I	A	A	O	A	A	A	A	I	A	I	A	I	I	A	A	O	A	I
2	A	I	I	A	A	M	I	A	I	A	I	I	M	I	I	A	I	I	I	I
3	I	A	I	A	M	I	A	O	I	I	I	A	I	A	A	A	I	I	I	A
4	O	A	I	O	I	A	A	A	A	I	O	I	A	I	M	I	A	A	A	I
5	A	A	A	O	A	I	A	I	A	A	I	O	I	I	O	I	A	M	I	I
↓																				
95	A	A	M	I	M	O	I	O	A	M	A	O	A	I	A	I	A	A	A	O
96	O	I	A	A	A	I	A	I	A	O	A	O	I	A	A	O	A	A	A	A
97	M	I	M	I	M	I	A	A	I	A	A	O	I	A	I	O	M	I	A	M
98	A	O	A	O	O	O	A	I	O	I	A	I	A	A	A	O	O	O	A	O
99	A	M	M	O	A	I	M	M	I	A	I	I	I	I	I	O	A	M	M	M
100	M	M	I	A	I	M	O	M	I	M	I	A	M	O	I	A	M	I	I	A

Setelah dilakukan perhitungan dan pengklasifikasian kategori Kano maka diperoleh jumlah kategori kano tiap atribut terhadap semua responden, pada Tabel 4.11

Tabel 4.11 Pemetaan Kategori KANO

No	Pelayanan	Kategori KANO					
		O	A	M	I	R	Q
T1	Lapangan parkir yang memadai dan aman	15	35	13	37	0	0
T2	Kondisi lingkungan hotel rapi, bersih dan nyaman	15	32	11	42	0	0
T3	Kamar bersih, rapi dan nyaman	8	36	23	33	0	0

Lanjutan Tabel 4.11 Pemetaan Kategori KANO

No	Pelayanan	Kategori KANO					
		O	A	M	I	R	Q
T4	Kesesuaian fasilitas (tempat tidur, televisi, tv kabel, kulkas kecil, bar) sesuai dengan kelas kamar hotel	19	33	18	30	0	0
T5	Perlengkapan kamar mandi (air panas, shower, handuk, dan peralatan mandi) lengkap	19	35	14	32	0	0
T6	Fasilitas tambahan seperti tempat pertemuan (seminar dan rapat) dan lab kebugaran (fitness center, sauna) baik	16	36	14	34	0	0
T7	Penggunaan peralatan teknologi modern (wifi, tv kabel) baik	14	37	11	38	0	0
T8	Kualitas makanan dan minuman baik dan beragam	21	29	18	32	0	0
R1	Pemesanan kamar dapat dilakukan secara online ataupun offline	6	45	5	44	0	0
R2	Petugas kamar (room boy) pelayanannya cepat	11	42	11	36	0	0
R3	Pada saat pemesanan kamar dilayani dengan baik	8	40	15	37	0	0
A1	Adanya jaminan keamanan selama menginap di hotel	14	33	14	39	0	0
A2	Karyawan hotel (reseptionist, pramusaji restoran, petugas kamar, petugas keamanan, dll) ramah dan sabar	14	27	20	39	0	0
A3	Keakuratan dalam proses pembayaran administrasi	15	22	15	48	0	0
E1	Memperhatikan keluhan pelanggan dengan sungguh-sungguh	20	38	6	36	0	0
E2	Informasi yang jelas mengenai fasilitas hotel, tempat wisata dan perbelanjaan.	9	42	3	46	0	0
E3	Penyediaan mini market (tempat penjualan makanan dan minuman) diluar hotel	11	28	9	52	0	0
Re1	Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi tamu	5	48	7	40	0	0
Re2	Penyelesaian keluhan dengan baik dan tepat waktu	6	40	15	39	0	0
Re3	Karyawan memberikan informasi dengan jelas dan mudah	10	40	9	41	0	0

Setelah didapatkan jumlah kategori Kano tiap atribut seluruh responden, kemudian penentuan kategori Kano dengan menggunakan rumus *Blauth's formula* (Theresia, 2001). Adapun hasil kategori Kano, pada Tabel 4.12

Tabel 4.12 Hasil Kategori KANO

No	Layanan	Kategori KANO
T1	Lapangan parkir yang memadai dan aman	O
T2	Kondisi lingkungan hotel rapi, bersih dan nyaman	A
T3	Kamar bersih, rapi dan nyaman	O
T4	Kesesuaian fasilitas ( tempat tidur, televisi, tv kabel, kulkas kecil, bar) sesuai dengan kelas kamar hotel	O
T5	Perlengkapan kamar mandi (air panas, shower, handuk, dan peralatan mandi) lengkap	M

Lanjutan Tabel 4.12 Hasil Kategori KANO

No	Layanan	Kategori KANO
T6	Fasilitas tambahan seperti tempat pertemuan ( seminar dan rapat) dan lab kebugaran ( fitness center, sauna) baik	M
T7	Penggunaan peralatan teknologi modern ( wifi, tv kabel) baik	I
T8	Kualitas makanan dan minuman baik dan beragam	M
R1	Pemesanan kamar dapat dilakukan secara online ataupun offline	M
R2	Petugas kamar ( room boy) pelayanannya cepat	A
R3	Pada saat pemesanan kamar dilayani dengan baik	A
A1	Adanya jaminan keamanan selama menginap di hotel	A
A2	Karyawan hotel ( reseptionist, pramusaji restoran, petugas kamar, petugas keamanan, dll) ramah dan sabar	A
A3	Keakuratan dalam proses pembayaran administrasi	O
E1	Memperhatikan keluhan pelanggan dengan sungguh-sungguh	M
E2	Informasi yang jelas mengenai fasilitas hotel, tempat wisata dan perbelanjaan.	M
E3	Penyediaan mini market (tempat penjualan makanan dan minuman) diluar hotel	O
Re1	Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi tamu	A
Re2	Penyelesaian keluhan dengan baik dan tepat waktu	M
Re3	Karyawan memberikan informasi dengan jelas dan mudah	A

#### 4.3.6 Pengintegrasian Kepuasan Pelayanan dengan Model KANO

Setelah diketahui atribut yang termasuk dalam kategori, langkah selanjutnya adalah mengintegrasikan klasifikasi atribut berdasarkan kategori kano dengan identifikasi keunggulan dan kelemahan. Sehingga dapat mengetahui atribut mana saja untuk prioritas dipertahankan, dikembangkan dan atribut mana saja untuk prioritas ditingkatkan. Langkah ini sesuai dengan kerangka pengintegrasian pengukuran kepuasan pelayanan dengan model KANO, pada Tabel 4.13

Tabel 4.13 Integrasi Kepuasan Pelayanan dengan Model KANO

No	Pelayanan	Kategori KANO	Ke-puasan	Grand Mean	Ket:	Perbaikan
T1	Lapangan parkir yang memadai dan aman	O	3,650	3,810	kelemahan	Ditingkatkan
T2	Kondisi lingkungan hotel rapi, bersih dan nyaman	A	4,180		keunggulan	Dikembangkan
T3	Kamar bersih, rapi dan nyaman	O	3,930		keunggulan	Dipertahankan
T4	Kesesuaian fasilitas (tempat tidur, televisi, tv kabel, kulkas kecil, bar) sesuai dengan kelas kamar hotel	O	3,830		keunggulan	Dipertahankan
T5	Perlengkapan kamar mandi (air panas, shower, handuk, dan peralatan mandi) lengkap	M	3,810		keunggulan	Dipertahankan
T6	Fasilitas tambahan seperti tempat pertemuan (seminar dan rapat) dan lab kebugaran ( fitness center, sauna) baik	M	3,810		keunggulan	Dipertahankan
T7	Penggunaan peralatan teknologi modern (wifi, tv kabel) baik	I	3,650		kelemahan	Ditingkatkan

Lanjutan Tabel 4.13 Integrasi Kepuasan Pelayanan dengan Model KANO

No	Pelayanan	Kategori KANO	Ke-puasan	Grand Mean	Ket:	Perbaikan
T8	Kualitas makanan dan minuman baik dan beragam	M	3,750	3,810	kelemahan	Ditingkatkan
R1	Pemesanan kamar dapat dilakukan secara online ataupun offline	M	3,840		keunggulan	Dipertahankan
R2	Petugas kamar (room boy) pelayanannya cepat	A	3,430		kelemahan	Ditingkatkan
R3	Pada saat pemesanan kamar dilayani dengan baik	A	3,630		kelemahan	Ditingkatkan
A1	Adanya jaminan keamanan selama menginap di hotel	A	3,820		keunggulan	Dikembangkan
A2	Karyawan hotel (receptionist, pramusaji restoran, petugas kamar, petugas keamanan, dll) ramah dan sabar	A	3,920		keunggulan	Dikembangkan
A3	Keakuratan dalam proses pembayaran administrasi	O	3,920		keunggulan	Dipertahankan
E1	Memperhatikan keluhan pelanggan dengan sungguh-sungguh	M	3,790		kelemahan	Ditingkatkan
E2	Informasi yang jelas mengenai fasilitas hotel, tempat wisata dan perbelanjaan.	M	3,840		keunggulan	Dipertahankan
E3	Penyediaan mini market (tempat penjualan makanan dan minuman) diluar hotel	O	3,780		kelemahan	Ditingkatkan
Re1	Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi tamu	A	3,890		keunggulan	Dikembangkan
Re2	Penyelesaian keluhan dengan baik dan tepat waktu	M	3,650		kelemahan	Ditingkatkan
Re3	Karyawan memberikan informasi dengan jelas dan mudah	A	4,070		keunggulan	Dikembangkan

Atribut tiap dimensi *servqual* yang harus dipertahankan, dikembangkan dan ditingkatkan untuk inovasi, meliputi:

### 1. *Tangible*

Untuk dimensi *Tangible*, atribut yang harus dipertahankan oleh pihak hotel karena pelanggan sudah merasa sangat puas dengan pelayanan tersebut, meliputi:

- Kamar bersih, rapi dan nyaman
- Kesesuaian fasilitas ( tempat tidur, televisi, tv kabel, kulkas kecil, bar) sesuai dengan kelas kamar hotel
- Perlengkapan kamar mandi (air panas, shower, handuk, dan peralatan mandi) lengkap
- Fasilitas tambahan seperti tempat pertemuan ( seminar dan rapat) dan lab kebugaran ( fitness center, sauna) baik.

Layanan yang termasuk kategori dikembangkan meliputi:

- Kondisi lingkungan hotel rapi, bersih dan nyaman

Layanan yang termasuk kategori ditingkatkan meliputi:

- Lapangan parkir yang memadai dan aman

- Penggunaan peralatan teknologi modern ( *wifi*, tv kabel) baik
- Kualitas makanan dan minuman baik dan beragam

## 2. *Reliability*

Untuk dimensi *reliability*, atribut yang harus dipertahankan oleh pihak hotel karena pelanggan sudah merasa sangat puas dengan pelayanan tersebut, meliputi:

- Pemesanan kamar dapat dilakukan secara online ataupun offline

Tidak terdapat layanan yang termasuk kategori dikembangkan pada dimensi ini.

Layanan yang termasuk kategori ditingkatkan meliputi:

- Pada saat pemesanan kamar dilayani dengan baik
- Petugas kamar ( *room boy*) pelayanannya cepat

## 3. *Assurance*

Untuk dimensi *assurance*, atribut yang harus dipertahankan oleh pihak hotel karena pelanggan sudah merasa sangat puas dengan pelayanan tersebut, meliputi:

- Keakuratan dalam proses pembayaran administrasi

Layanan yang termasuk kategori dikembangkan meliputi:

- Adanya jaminan keamanan selama menginap di hotel
- Karyawan hotel ( *receptionist*, pramusaji restoran, petugas kamar, petugas keamanan, dll) ramah dan sabar

## 4. *Empathy*

Untuk dimensi *empathy*, atribut yang harus dipertahankan oleh pihak hotel karena pelanggan sudah merasa sangat puas dengan pelayanan tersebut, meliputi:

- Informasi yang jelas mengenai fasilitas hotel, tempat wisata dan perbelanjaan.

Tidak terdapat layanan yang termasuk kategori dikembangkan pada dimensi ini.

Layanan yang termasuk kategori ditingkatkan meliputi:

- Memperhatikan keluhan pelanggan dengan sungguh-sungguh

- Penyediaan mini market (tempat penjualan makanan dan minuman) diluar hotel

Untuk dimensi *assurance*, tidak memiliki atribut yang harus ditingkatkan.

## 5. *Responsiveness*

Untuk dimensi *responsiveness*, tidak memiliki atribut yang harus dipertahankan.

Layanan yang termasuk kategori dikembangkan meliputi:

- Karyawan memberikan informasi dengan jelas dan mudah
- Karyawan bersedia membantu kesulitan yang dihadapi tamu

Layanan yang termasuk kategori ditingkatkan meliputi:

- Penyelesaian keluhan (keluhan mengenai fasilitas, kinerja atau pelayanan karyawan hotel,dll) dengan baik dan tepat waktu

### 4.3.7 Perhitungan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Setelah pengolahan data model KANO, langkah selanjutnya adalah mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperoleh dari perhitungan tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan. Rekapitulasi perhitungan CSI, pada Tabel 4.14

Tabel 4.14 Rekapitulasi Perhitungan CSI

Atribut	Rata-rata T.Kepentingan	Weighted Factor	Rata-rata T.Kinerja	Weighted Score
1	4,11	4,93	3,63	0,18
2	4,13	4,95	3,84	0,19
3	4,27	5,12	3,84	0,20
4	4,09	4,91	3,65	0,18
5	4,09	4,91	3,93	0,19
6	4,15	4,98	3,83	0,19
7	4,21	5,05	3,81	0,19
8	3,76	4,51	3,43	0,15
9	4,08	4,89	3,81	0,19
10	4,05	4,86	3,65	0,18
11	4,12	4,94	3,82	0,19
12	4,01	4,81	3,92	0,19
13	4,28	5,13	3,65	0,19
14	4,22	5,06	4,18	0,21
15	4,25	5,10	3,75	0,19

Lanjutan Tabel 4.14 Rekapitulasi Perhitungan CSI

Atribut	Rata-rata T.Keputusan	Weighted Factor	Rata-rata T.Kinerja	Weighted Score
16	4,39	5,27	3,79	0,20
17	4,35	5,22	4,07	0,21
18	4,38	5,25	3,92	0,21
19	4,26	5,11	3,89	0,20
20	4,17	5,00	3,78	0,19
<b>Total</b>	<b>83,37</b>	<b>100,00</b>	<b>76,19</b>	
<b>Weighting Total</b>				<b>3,81</b>
<b>CSI</b>				<b>76,25</b>

Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* sebesar 76,25 %, yang mengidentifikasi secara keseluruhan tingkat kepuasan pelanggan terpenuhi terhadap pelayanan Hotel XYZ.