

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN
METODE *ZONE OF TOLERANCE* DAN KANO DALAM
UPAYA PENINGKATAN LAYANAN JASA PENGINAPAN
(Studi Kasus: Penginapan Saung Aki Nini)**

LAPORAN TUGAS AKHIR

LAPORAN INI DISUSUN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU (S1) PADA PROGRAM
STUDI TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM SUKTAN AGUNG



Disusun Oleh:

GIAN RASENDRIYA (31601601285)

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

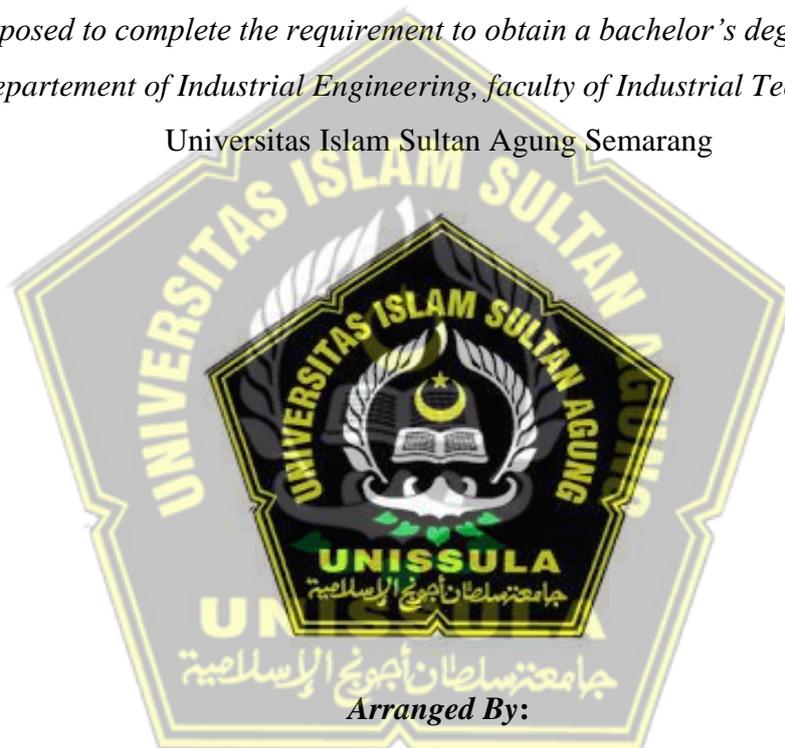
2023

FINAL PROJECT

**ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION USING THE ZONE
OF TOLERANCE AND KANO METHODS IN EFFORTS TO
IMPROVE LODGING SERVICES**

(Case Study: Saung Aki Nini Lodging)

*Proposed to complete the requirement to obtain a bachelor's degree (S1) at
Departement of Industrial Engineering, faculty of Industrial Technology,
Universitas Islam Sultan Agung Semarang*



Arranged By:

GIAN RASENDRIYA (31601601285)

**DEPARTEMENT OF INDUSTRIAL ENGINEERING
FACULTY OF INDUSTRIAL TECHNOLOGY
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2023

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Laporan Tugas Akhir dengan judul "ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE ZONE OF TOLERANCE DAN KANO DALAM UPAYA PENINGKATAN LAYANAN JASA PENGINAPAN (Studi Kasus : Penginapan Saung Aki Nini)" ini disusun oleh

Nama : Gian Rasendriya

NIM : 31601601285

Program Studi : Teknik Industri

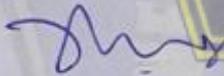
Telah disahkan dan disetujui oleh dosen pembimbing pada :

Hari :

Tanggal :

Pembimbing I

Pembimbing II



Nuzulia Khoiriyah, ST., MT.

Wiwiek Fatmawati, ST., M.Eng.

NIDN. 0624057901

NIDN.0622107401

Mengetahui,

Ka Program Studi Teknik Industri



Nuzulia Khoiriyah, ST., MT.

NIK. 210603029

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

Laporan Tugas Akhir dengan judul "ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE ZONE OF TOLERANCE DAN KANO DALAM UPAYA PENINGKATAN LAYANAN JASA PENGINAPAN (Studi Kasus : Penginapan Saung Aki Nini)" ini telah dipertahankan di depan Penguji sidang Tugas Akhir pada:

Hari :

Tanggal :

TIM PENGUJI

Anggota I

Anggota II

Dr.Ir.Novi Marlvana, ST., MT.,IPU.,

Rieska Ernawati, ST., MT

ASEAN Eng

NIDN. 0015117601

NIK. 0608099201

Ketua Penguji

Akhmad Syakhrani, ST., M.Eng

NIDN. 0616037601

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gian Rasendriya
NIM : 31601601285
Prodi : Teknik Industri
Judul Tugas Akhir : **ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN
MENGUNAKAN METODE *ZONE OF TOLERANCE* DAN KANO
DALAM UPAYA PENINGKATAN LAYANAN JASA PENGINAPAN (Studi
Kasus: Penginapan Saung Aki Nini)**

Dengan ini Saya menyatakan bahwa judul dan isi Tugas Akhir yang Saya buat dalam rangka menyelesaikan Pendidikan tersebut adalah asli dan belum pernah diangkat, ditulis ataupun dipublikasikan oleh siapapun baik keseluruhan maupun sebagian.

Dan apabila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa judul Tugas Akhir yang Saya buat pernah diangkat, ditulis, ataupun dipublikasikan, maka Saya bersedia dikenakan sanksi akademis sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sadar dan penuh tanggung jawab.

Semarang, 12 September 2023

Yang menyatakan,



(Gian Rasendriya)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gian Rasendriya
NIM : 31601601285
Prodi : Teknik Industri
Fakultas : Teknologi Industri
Alamat asal : Jalan Parang Sarpa IX/22
No. Hp / Email : 082225925953 / gian.rasendriya@std.unissula.ac.id

Dengan ini Saya menyatakan karya ilmiah berupa Tugas Akhir dengan judul “ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *ZONE OF TOLERANCE* DAN KANO DALAM UPAYA PENINGKATAN LAYANAN JASA PENGINAPAN (Studi Kasus : *Penginapan Saung Aki Nini*)” dan menyetujui menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan hak bebas royalti non-eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data dan publikasinya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini Saya buat dengan bersungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka selaga bentuk tuntutan hukim yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 12 September 2023



Yang menyatakan

(Gian Rasendriya)

HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO

PERSEMBAHAN

Pertama:

Bapak, Ibu yang selalu ada buat segalanya dari mulai saya bangun tidur hingga mau tidur lagi. Kerja keras kedua orangtua saya yang sangat saya sayangi hanya untuk anaknya tercinta ini, terimakasih untuk doa, support, motivasi, arahan dan segalanya untuk saya.

Kedua:

Ibu Nuzulia serta Ibu Wiwiek selaku dosen pembimbing 1 dan 2, terimakasih atas segala arahan dan bimbingan untuk tugas akhir ini.

Ketiga:

Teman- Teman Jurusan Teknik Industri, saya ucapkan terimakasih sudah jadi teman terbaik selama ini, kenangan di bangku kuliah setiap moment nya yang tak kan pernah ku lupa bersama kalian.

MOTTO

“First we form habits then they form us. Conquer your bad habits, or they will eventually conquer you” - Dr. Rob Gilbert

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.” (Q.S. Ar Rad:11)

“Agama tanpa ilmu adalah buta. Ilmu tanpa agama adalah lumpuh” - Albert Einstein

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt. karena dengan limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat memenuhisyarat kelulusan alih program studi S1 Teknik Industri Unissuladengan menyelesaikan skripsi yang berjudul **ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *ZONE OF TOLERANCE* DAN KANO DALAM UPAYA PENINGKATAN LAYANAN JASA PENGINAPAN (Studi Kasus: Penginapan Saung Aki Nini)**

Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan pada junjungan umat, Rasulullah saw. beserta keluarga, sahabat, dan orang-orang yang mengikuti jejaknya yang selalu istiqomah dijalan-Nya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan kepada:

1. Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan hidayahnya, yang selalu memberikan karunia-Nya kepada pihak penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr.Ir.Novi Marlyana, ST., MT., IPU., ASEAN Eng., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Nuzulia Khoiriyah, ST., MT., selaku Ketua Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Ibu Nuzulia Khoiriyah, ST., MT., dan Ibu Wiwiek Fatmawati, ST., M.Eng., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak masukan, bimbingan, serta saran. Mohon maaf atas segala kesalahan, kekhilafan dan keterbatasan saya yang saya miliki.

5. Seluruh dosen dan karyawan Prodi Teknik Industri, Universitas Islam Sultan Agung Semarang atas ilmu, bimbingan dan bantuannya hingga penulis selesai menyusun Tugas Akhir ini.
6. Kedua orang tua saya Bapak Rukmayadi, ST., dan Ibu Neneng Setiawati yang saya cintai, senantiasa memberikan doa, semangat, dukungan, perhatian, kesabaran, dan kasih sayang yang tiada hentinya kepada penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
7. Tunangan sekaligus calon istri saya Dinda Destia Rahmadani yang saya cintai, atas dukungan, semangat, dan doanya untuk menyelesaikan tugas akhir ini
8. Tidak lupa pula kepada semua pihak yang telah terlibat dan membantu, mendukung, dan mendoakan dalam penyusunan Tugas Akhir, yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga Allah SWT membalas budi baik semua dengan pahala dan berkah tiada tara. Dalam penulisan ini tentu masih banyak kekurangan di sana sini. Kritik dan saran membangun dari rekan-rekan pembaca sekalian sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tulisan selanjutnya. Akhirnya penulis berharap, semoga serpihan kecil ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan bernilai ibadah di sisi Allah Swt. Aamiin...

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatu.

Semarang, September 2023

Gian Rasendriya

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------------------------|
| LAPORAN TUGAS AKHIR | I |
| <i>FINAL PROJECT</i> | II |
| LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. |
| LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI..... | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH ... | ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED. |
| HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO..... | VII |
| KATA PENGANTAR | VIII |
| DAFTAR ISI..... | X |
| DAFTAR TABEL | XII |
| DAFTAR GAMBAR..... | XIII |
| ABSTRAK | XIV |
| <i>ABSTRACT</i> | XV |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 2 |
| 1.3 Pembatasan Masalah | 3 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 3 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 3 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 5 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka..... | 5 |
| 2.2 Landasan Teori..... | 16 |
| 2.2.1 Metode Zone of Tolerance | 16 |
| 2.2.2 Model Kano..... | 21 |
| 2.2.3 Pemasaran Jasa..... | 25 |
| 2.2.4 Kepuasan Konsumen..... | 26 |
| 2.3 Hipotesa..... | 28 |
| 2.4 Kerangka Teoritis..... | 29 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 31 |
| 3.1 Pengumpulan Data | 31 |
| 3.1.1 Pengambilan Data | 31 |
| 3.1.2 Penyusunan Kuesioner | 31 |
| 3.1.3 Teknik Sampling | 31 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 3.2 | Teknik Pengumpulan Data..... | 32 |
| 3.2.1 | Kuesioner | 32 |
| 3.3 | Pengujian Hipotesa..... | 33 |
| 3.4 | Pengolahan Data..... | 33 |
| 3.5 | Pembahasan..... | 34 |
| 3.6 | Penarikan Kesimpulan | 34 |
| 3.7 | Diagram Alir Penelitian | 35 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 36 |
| 4.1 | Pengumpulan Data | 36 |
| 4.1.1 | Profil Penginapan Saung Aki Nini..... | 36 |
| 4.1.2 | Visi Dan Misi Saung Aki Nini..... | 36 |
| 4.1.3 | Struktur organisasi penginapan Saug Aki Nini..... | 37 |
| 4.1.4 | Produk Kamar Penginapan..... | 37 |
| 4.1.5 | Data Okupansi..... | 38 |
| 4.2 | Pengumpulan data | 39 |
| 4.2.1 | Profil Responden..... | 41 |
| 4.2.2 | Profil Responden Berdasarkan Umur..... | 41 |
| 4.3 | Pengolahan Data..... | 41 |
| 4.4 | Metode Zone Of Tolerance | 43 |
| 4.4.1 | Pengolahan Data <i>Zone of Tolerace</i> (ZOT)..... | 43 |
| 4.5 | Metode Kano..... | 45 |
| 4.6 | Rekomendasi..... | 48 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | | 50 |
| 5.1 | Kesimpulan | 50 |
| 5.2 | Saran..... | 51 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 52 |
| LAMPIRAN | | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|--------------------|--|----|
| Tabel 1. 1 | Data Okupansi Penginapan Saung Aki Nini dan Pesaing..... | 2 |
| Tabel 2. 1 | Tinjauan Pustaka | 11 |
| Tabel 2. 2 | Tabel Kerangka Teoritis | 30 |
| Tabel 3. 1 | Skala Penelitian Kuesioner..... | 33 |
| Tabel 3. 2 | Diagram Alir Penelitian..... | 35 |
| Tabel 4. 1 | Struktur Karyawan..... | 37 |
| Tabel 4. 2 | Data Okupansi Penginapan Saung Aki Nini | 38 |
| Tabel 4. 3 | Data Okupansi Penginapan Hula-hula | 38 |
| Tabel 4. 4 | Data Okupansi Penginapan Sawarna Resort | 38 |
| Tabel 4. 5 | Tabel Kuesioner | 40 |
| Tabel 4. 6 | Profil Responden | 41 |
| Tabel 4. 7 | Umur Responden..... | 41 |
| Tabel 4. 8 | Uji Validitas Tingkat Minimum, Harapan, Kinerja | 42 |
| Tabel 4. 9 | Uji Reabilitas..... | 43 |
| Tabel 4. 10 | Hasil Perhitungan Zone of Tolerance..... | 44 |
| Tabel 4. 11 | Klasifikasi atribut layanan metode Kano | 45 |
| Tabel 4. 12 | Keterangan Atribut Kano | 45 |
| Tabel 4. 13 | Hasil Klarifikasi Masing-masing Kategori Kano Dalam Tiap Atribut | 46 |
| Tabel 4. 14 | Atribut Kategori Must Be..... | 47 |
| Tabel 4. 15 | Atribut Kategori One Dimensional | 47 |
| Tabel 4. 16 | Atribut Kategori Attractive | 48 |
| Tabel 4. 17 | Atribut Kategori Indifferent | 48 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2. 1 Konsep Zone of Tolerance..... | 20 |
| Gambar 2. 2 Fungsional dan Disfungsional Kano..... | 23 |
| Gambar 2. 3 Model Kano | 24 |
| Gambar 2. 4 Model Kano | 24 |



ABSTRAK

Penginapan Saung Aki Nini merupakan bidang usaha yang bergerak di bidang jasa. Penginapan Saung Aki Nini terus berkembang dengan mengedepankan kualitas pelayanan serta kualitas fasilitas sebagai jaminan untuk kepuasan pelanggannya. Namun setelah terjadinya pandemi *COVID-19* dan bertambahnya pesaing disekitar area pariwisata Penginapan Saung Aki Nini mengalami penurunan profit. Maka dari itu Penginapan Saung Aki Nini perlu memaksimalkan kualitas pelayanan jasanya agar para pelanggan bisa merasa puas dan akan terus menginap di Penginapan Saung Aki. Dalam model *Kano*, persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima (*perceived service*) merupakan hasil dari serangkaian keputusan dan aktivitas internal perusahaan. Sedangkan *ZOT (Zone of Tolerance)* adalah pelayanan yang masih dapat diterima oleh pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh penginapan Saung Aki Nini masih belum bisa memuaskan pelanggan, hal ini bisa dilihat dari nilai yang negative dari skor *Servqual*. Terdapat lima dimensi dari 20 Atribut pelayanan terdapat 4 atribut bernilai negative. Pada 20 atribut tersebut ada 16 atribut yang masih bisa ditoleransi oleh konsumen berdasarkan hasil pemetaan dari *Zone of Tolerance*. Termasuk pihak penginapan cepat tanggap dalam menyelesaikan masalah jika terjadi masalah yang ada di penginapan saung aki nini mendapatkan skor gap negatif atau pelayanan belum memuaskan pelanggan tapi masih dapat diterima konsumen. Dan beberapa atribut yang tidak dapat diterima konsumen. Dan pada model *Kano* menghasilkan atribut-atribut yang dimasukkan kedalam kategori *Kano* yaitu 11 atribut *Must Be*, 2 atribut *One Dimensional*, 3 atribut *Attractive*, dan 2 atribut *Indifferent* yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Metode *Zone of Tolerance*, *Kano*

ABSTRACT

Saung Aki Nini Inn is a business sector that operates in the service sector. Saung Aki Nini Inn continues to develop by prioritizing service quality and facility quality as a guarantee for customer satisfaction. However, after the COVID-19 pandemic and the increase in competitors around the tourism area, Saung Aki Nini Inn experienced a decline in profits. Therefore, Saung Aki Nini Inn needs to maximize the quality of its services so that customers can feel satisfied and will continue to stay at Saung Aki Inn. In the Kano model, customer perceptions of the service received (perceived service) are the result of a series of decisions and internal company activities. Meanwhile, ZOT (Zone of Tolerance) is a service that can still be accepted by customers. The quality of service provided by Saung Aki Nini accommodation still cannot satisfy customers, this can be seen from the negative value of the Servqual score. There are five dimensions of 20 service attributes, there are 4 negative value attributes. Of these 20 attributes, there are 16 attributes that consumers can still tolerate based on the mapping results from the Zone of Tolerance. This includes the accommodation being quick to respond in resolving problems if a problem occurs at the Saung Aki Nini Inn which gets a negative gap score or the service has not satisfied customers but is still acceptable to consumers. And some attributes are unacceptable to consumers. And the Kano model produces attributes that are included in the Kano category, namely 11 Must Be attributes, 2 One Dimensional attributes, 3 Attractive attributes, and 2 Indifferent attributes which can influence customer satisfaction.

Keywords: *Customer Satisfaction, Zone of Tolerance Method, Kano*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan akan jasa yang efisien dan memudahkan untuk melakukan suatu kegiatan sangat dibutuhkan khususnya masyarakat di perkotaan yang mempunyai aktifitas yang tinggi. Sehingga menciptakan sebuah peluang usaha dan persaingan bisnis untuk melakukan pelayanan dengan kualitas yang baik dan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Sama halnya dengan dunia dagang, dirinya wajib untuk terus mengikuti perubahan yang muncul serta turut berpikir secara inovatif dan strategis supaya bisa berkompetisi dengan yang lain. Tanggapan yang didapat dari konsumen atas tidak sesuainya taraf kepentingan sebelumnya, dengan hasil kerja nyata yang dialami sesudah penggunaan, disebut dengan kepuasan pelanggan.

Penginapan Saung Aki Nini merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan jasa dan fasilitas penginapan. Penginapan Saung Aki Nini didirikan oleh bapak Rukmayadi sejak tahun 2016 yang terletak di Jl. Raya Sawarna-Bayah, Kabupaten Lebak, Banten 42393. Latar belakang berdirinya penginapan Saung Aki Nini awalnya karena bapak Rukmayadi melihat potensi yang sangat besar di daerahnya tersebut utamanya di sekitar akan kebutuhan penginapan bagi wisatawan yang berkunjung di Desa Sawarna serta membuka lapangan pekerjaan untuk mengurus keperluan penginapan. Sampai saat ini penginapan Saung Aki Nini terus berkembang dengan mengedepankan kualitas pelayanan serta kualitas fasilitas sebagai jaminan untuk kepuasan pelanggannya.

Selama Penginapan Saung Aki Nini didirikan, pernah mengalami kejayaan di tahun 2018-2019 namun terdapat penurunan jumlah pelanggan yang datang akibat banyaknya pesaing penginapan yang ada di sekitar area pariwisata serta adanya Pandemi *COVID-19*. Banyaknya penginapan di sekitar pariwisata mulai berkembang 2 tahun belakangan ini yang menjadi salah satu faktor yang mengakibatkan turunnya jumlah pengunjung penginapan Saung Aki Nini selain

ditutupnya pariwisata akibat adanya *COVID-19*. Setelah pariwisata dibuka kembali Januari 2022, jumlah pengunjung penginapan Saung Aki Nini masih dibawah rata-rata pengunjung. Daya Tarik dari pariwisata di sekitar penginapan yaitu terdapat Pantai, Gua Kelelawar, dan wisata lainnya. Karena penurunan pengunjung pada penginapan Saung Aki Nini, maka perlu dilakukan tinjauan untuk meningkatkan pengunjung untuk menginap di Saung Aki Nini. Berikut merupakan perbandingan data okupansi penginapan Saung Aki Nini dan data okupansi penginapan pesaing:

Tabel 1. 1 Data Okupansi Penginapan Saung Aki Nini dan Pesaing

| Penginapan | Tahun | | | | | | |
|-----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| Saung Aki Nini | 12 | 13,34 | 15,42 | 16,09 | 3,59 | 3,59 | 4 |
| Hula-hula | 15,75 | 21,42 | 10,1 | 11 | 13,58 | 25,9 | 12,67 |
| Sawarna <i>Resort</i> | 11,75 | 13,1 | 9,5 | 11,75 | 13,83 | 11,17 | 13,67 |

Data okupansi adalah data kepadatan atau hunian suatu bangunan. Tabel diatas merupakan data okupansi Penginapan Saung Aki Nini dengan Penginapan pesaing. Data tersebut didapat dengan menanyakan pada pihak penginapan berapa jumlah kamar yang terjual yang terjadi pada bulan September 2016 hingga Juli 2022. Alasan memilih penginapan pesaing Hula-hula dan Sawarna *Resort* karena Penginapan tersebut paling dekat dengan Penginapan Saung Aki Nini. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menginap di penginapan Saung Aki Nini mengalami penurunan di tahun 2020-2022, sedangkan di penginapan pesaing masih mendapatkan rata-rata menginap yang masih tinggi.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas maka permasalahan yang dihadapi dari penginapan Saung Aki Nini yaitu:

1. Apakah tingkat minimum (*Importance*) dan kepuasan (*satisfaction*) pelanggan terhadap kinerja (*performance*) pelayanan di Penginapan Saung Aki Nini sudah sesuai dengan keinginan pelanggan?
2. Apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Penginapan Saung Aki Nini agar memberikan kepuasan bagi pelanggan dalam pelayanan?

1.3 Pembatasan Masalah

Adapun pembahasan masalah dalam penyusunan laporan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan di Penginapan Saung Aki Nini.
2. Penelitian hanya fokus pada kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung serta fasilitas di Penginapan Saung Aki Nini.
3. Data yang digunakan adalah wawancara pengunjung, data pengambilan kuesioner, serta wawancara pemilik Penginapan Saung Aki Nini.
4. Penelitian dilakukan pada bulan Agustus-Oktober 2022.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi atribut layanan Penginapan Saung Aki Nini yang harus diprioritaskan untuk mendapatkan perbaikan setelah pariwisata dibuka kembali.
2. Memberikan usulan atau merekomendasikan upaya-upaya perbaikan kualitas layanan Penginapan Saung Aki Nini.

1.5 Manfaat Penelitian

Berikut ini merupakan manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi peneliti diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat :
 - a) Sebagai syarat untuk menyelesaikan studi pada Universitas Islam Sultan Agung Jurusan Teknik Industri.
 - b) Meningkatkan pengetahuan mengenai penggunaan metode yang akan digunakan dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan.
2. Bagi penginapan Saung Aki Nini diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat:
 - a) Diharapkan dapat memberikan usulan, selaku landasan guna perbaikan mutu layanan yang sudah diberikan. Harapannya, bisa menaikkan mutu pelayanan di masa depan.

3. Bagi Prodi Teknik Industri FTI Unissula
 - a) Menambah relasi dan mempererat hubungan kerja sama antara penginapan dan prodi teknik industri unissula, selain itu laporan tugas akhir juga bisa untuk menambah literatur perpustakaan.



BAB II

LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan menguraikan tentang jurnal-jurnal yang akan dijadikan referensi dalam pembuatan laporan penelitian tugas akhir yang dimana memiliki permasalahan yang hampir serupa dan juga teori-teori yang mendekati permasalahan tersebut dengan menggunakan metode *Zone of Tolerance* dan model *Kano* yang dimana didalamnya akan membahas banyak hal untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

Berikut tinjauan pustaka, landasan teori, hipotesis, dan kerangka teoritis yang akan diuraikan lebih lanjut:

2.1 Tinjauan Pustaka

Berikut ini merupakan beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan:

- a. Penelitian yang dilakukan (Nuha, 2014) yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Zone Of Tolerance Dan Kano Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Jasa Perhotelan” Menggunakan metode pengolahan data *Zone of Tolerance* guna melihat level atribut layanan yang sudah diberikan University Hotel dan menggunakan Metode *Kano* guna melihat jenis pada setiap atribut layanan. Posisi layanan saat ini memperlihatkan bahwasannya seluruh atribut layanan jasa letaknya di bawah MSA, yang mana hal itu bisa diketahui berlandaskan metode *Zone of Tolerance*. Besaran ini menandakan, tidak puasnya konsumen atas atribut itu, Lalu atribut-atribut yang diolah dengan Metode *Kano* disarankan kepada HRD untuk dilakukan perbaikan.
- b. Penelitian (Ekasari et al., 2017) yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Servqual* Dan *Zone of Tolerance*” . Praktik wawancara pada konsumen Pusat oleh oleh XY, dijalankan dalam rangka menghimpun suara konsumen. Setelah wawancara, hasilnya yang berupa *voice of customer*, bisa dipakai guna menyusun kuisisioner penelitian. Di dalam kuesioner penelitian

sendiri, terdapat 23 atribut dari *voice of customer* yang merupakan variabel. Selanjutnya hasil dari hubungan dikomparasikan dengan besaran kritis pada tingkat signifikan sejumlah 0,05. Sesuai dengan apa yang diperoleh dari pengujian validitas dan reabilitas bisa diambil simpulan bahwasannya kuesioner reliabel serta valid. Sesuai apa yang menjadi output SPSS, diperoleh bahwasannya besaran $\text{Alpha} \geq 0.6$ yakni sejumlah 0.867 maknanya seluruh atribut pertanyaan telah reliable atau terpercaya selaku alat penghimpun data serta mempunyai level reliabilitas yang besar. Sesuai perolehan dari kalkulasi skor gap *ServQual* diperoleh bahwasannya keseluruhan 23 atribut pelayanan masih negatif nilainya. Berarti konsumen belum terpuaskan. Data yang dibutuhkan ialah rata-rata skor level pelayanan harapan, level pelayanan yang dirasakan serta level pelayanan paling rendah di tiap atribut, yang dipakai guna mengkalkulasi besaran ZOT (Zone of Tolerance), MSA (Measure of Service Adequacy), serta MSS (Measure of Service Superiority) juga dipakai guna menilai level pelayanan yang diberikan pada para pelanggan.

- c. Penelitian (Devina & Aritonang, 2013) yang berjudul “Model Integrasi Metode *Zone of Tolerance*, *Kano* dan *Lean Six Sigma* untuk mengoptimalkan kualitas layanan *online shop*” Kaitannya dengan menghadapi adanya batasan tiap metode bila dipakai secara terpisah, sebuah metode terintegrasi menaikkan kualitas layanan nantinya dijalankan. Studi yang dijalankan lewat wawancara dan serta literatur secara sistematis dengan mengikutsertakan teknik *critical incidents* dilaksanakan ke konsumen *online shop* guna menelaah ruang juga atribut yang merupakan alat ukur penilaian kualitas layanan *online shop* secara umum. Melalui metode *Zone of Tolerance*, kesemua atribut itu selanjutnya dijadikan selaku input penilaian atas kualitas dari layanan. Melibatkan juga metode Kano pada penilaian kualitas layanan guna mempermudah pengelompokan kesemua atribut layanan selaku dasar dalam menentukan prioritas tindakan penyempurnaan yang nantinya dijalankan. Langkah-langkah metode *Six Sigma DMAIC*, yakni *Define*, *Measure*, *Analyze*, *Improve*, serta *Control*

dipakai dalam proses penyempurnaan kualitas layanan. Selanjutnya, dijalankan juga penyatuan konsep *Lean* dengan *Six Sigma* guna mempermudah eliminasi pemborosan (*waste*) dalam proses. Harapannya, proses pelayanan yang diberikan bisa dipercepat. Perolehan dari penelitian yaitu suatu bentuk terintegrasi perbaikan kualitas layanan *online shop* yang memanfaatkan metode *Kano*, *Zone of Tolerance* serta *Lean Six Sigma* lewat 67 atribut penilaian kualitas layanan.

- d. Penelitian (Havid et al., 2016) yang berjudul “Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Fasilitas Dan Layanan Karyawan Di Teknik Industri Universitas Diponegoro Dengan *Zone of Tolerance* Dan *Quality Function Development*”. *Quality Function Deployment* serta *Zone of Tolerance* menjadi metode yang dipakai. Penyebaran kuesioner sejumlah 227 sampel ke mahasiswa angkatan 2009-2014, merupakan teknik pengumpulan data yang dijalankan. Dari penelitian diperoleh bahwasannya atribut pelayanan “kelengkapan sarana dan prasarana dalam media informasi (internet)” memperlihatkan wilayah toleransi paling luas, sementara atribut “kondisi tempat duduk nyaman” menjadi wilayah toleransi yang paling kecil. Selanjutnya, ada 12 atribut pelayanan yang memiliki kendala di penelitian ini dengan atribut “karyawan TI Undip memberikan pelayanan dengan sabar kepada Anda” selaku atribut yang paling mempunyai kendala. Terakhir, melalui perolehan QFD, diperlihatkan bahwasannya pilihan utama dalam respon teknis yang diberikan yakni menyediakan pembinaan kinerja bagi pegawai.
- e. Penelitian (Sahfitri & Yulianingsih, 2015) yang berjudul “Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Menggunakan Metode *KANO*” Metode *Kano* digunakan untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan dan ketidakpuasan melalui 25 atribut pelayanan yang dijadikan sebagai atribut dalam penelitian. Dengan hasil Sesuai level *desired service* serta *adequate service* yang sudah dikalkulasi guna melihat wilayah toleransi yang masih disetujui pengguna jasa atas layanan yang diberikan oleh penyedia jasa, didapati hasil bahwasannya “kondisi tempat duduk nyaman” menjadi indikator yang

mempunyai wilayah toleransi paling kecil. Sementara untuk “kelengkapan sarana dan prasarana dalam media informasi (internet)” menjadi indikator yang mempunyai daerah toleransi paling besar. Selanjutnya, menurut olah data yang sudah dijalankan memakai zone of tolerance, didapati hasil bahwasannya ada 12 atribut pelayanan yang mempunyai kendala. “Karyawan TI Undip memberikan pelayanan dengan sabar kepada Anda” adalah atribut yang paling terkendala. Berikutnya 11 atribut sisanya yang juga mempunyai kendala yakni banyaknya ruang kelas memadai, karyawan TI Undip senantiasa ramah pada anda, karyawan TI Undip memberi tanggapan atas keluhan secara benar, anda memperoleh layanan yang responsif dari karyawan TI Undip, lengkapnya sarana dan prasarana media informasi (internet), lengkapnya sarana dan prasarana di RBTI, karyawan TI Undip senantiasa mau menolong anda, anda mempunyai kepuasan dalam berinteraksi dengan karyawan TI Undip, kelengkapan LCD dalam ruang kuliah yang kondisinya baik, karyawan TI Undip memberikan keterangan yang gamblang tentang layanan yang diberikan, serta karyawan TI Undip mempunyai kapabilitas yang mumpuni dalam menjalankan kewajibannya.

- f. Penelitian (Shoeb, 2011) yang berjudul “*Identifying service superiority, zone of tolerance and underlying dimensions Service quality attributes in a private university library in Bangladesh*” menggunakan metode *Zone of Tolerance* hanya mengidentifikasi satu atribut bermasalah. Dengan hasil untuk semua kelompok pengguna, hanya satu atribut, “peralatan modern dan dalam kondisi baik” berada di luar ZoT. Jadi cukup lumayan karena oleh semua pengguna hanya satu item yang berada di luar ZoT. Jadi, bersama dengan persepsi pengguna individu lainnya terutama yang diidentifikasi oleh fakultas, otoritas IUBL harus mempertimbangkan untuk meningkatkan atribut.
- g. Penelitian (Cavana et al., 2007) yang berjudul “*Developing zones of tolerance for managing passenger rail service quality*” menggunakan metode *Zone of Tolerance* untuk mengembangkan dan menguji secara empiris perpanjangan instrument *SERVQUAL* format tiga kolom untuk

mengevaluasi kualitas layanan kereta api penumpang. Dengan hasil instrumen *SERVQUAL* yang asli berfokus terutama pada pandangan dimensi evaluasi kualitas layanan. Itu tidak termasuk konsep evaluasi berbasis objek. Karena penelitian ini bertujuan untuk menambah nilai penerapan model *SERVQUAL* di sektor penumpang kereta api, langkah kompromi diambil mengingat sifat kompleks layanan penumpang kereta api. yang melibatkan beberapa pertemuan layanan selama penyampaian layanan. Zona toleransi memberikan informasi tentang area dan atribut apa yang perlu diperbaiki tetapi tidak bagaimana memperbaikinya. Penelitian di masa depan untuk menemukan, memeriksa dan mengukur faktor penentu harapan akan menambah nilai dalam memantau kualitas layanan.

- h. Penelitian (Yap & Sweeney, 2007) yang berjudul “*Zone-of-tolerance moderates the service quality outcome relationship*” menggunakan metode *Zone of Tolerance* untuk memperluas pemeriksaan Zeithaml, Berry dan Parasuraman pada tahun 1996 tentang hubungan antara kualitas layanan dan niat perilaku di seluruh ZOT dengan mengindahkan seruan Teas dan DeCarlo pada tahun 2004 untuk menguji hubungan untuk dimensi tertentu. Dengan hasil dimensi konstruksi Sesuai dengan keprihatinan kami atas dimensi kualitas layanan, penelitian saat ini menggunakan analisis faktor eksplorasi skala *SERVQUAL* 22-item. Hasil analisis faktor dengan menggunakan faktor sumbu utama mendukung dua dimensi yang dihipotesiskan. Item yang dimuat pada faktor pertama merepresentasikan dimensi proses (*Assurance, Empathy, Responsiveness dan Reliability*), sedangkan dimensi kedua merepresentasikan item *tangible*. Setelah pemurnian, item yang berkaitan dengan jam kerja dikeluarkan dari dimensi kedua. Dalam kedua faktor menjelaskan 63 persen dari varians. Hasil ini mendukung H1, tentang dimensi ganda kualitas layanan.
- i. Penelitian (Wu, 2011) yang berjudul “*Satisfaction, inertia, and customer loyalty in the varying levels of the zone of tolerance and alternative attractiveness*” menggunakan metode *Zone of Tolerance* untuk menyelidiki anteseden loyalitas pelanggan biasanya berfokus pada kepuasan. Penelitian

ini bertujuan untuk mengembangkan dan menguji model anteseden loyalitas pelanggan yang lebih komprehensif, termasuk kepuasan dan inersia. Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan bagaimana efek kepuasan dan inersia pada loyalitas pelanggan bervariasi dengan tingkat zona toleransi (ZOT) yang berbeda, dan bagaimana ini cenderung berubah karena daya tarik alternatif pelanggan.

- j. Penelitian (Johnston, 1995) yang berjudul "*The zone of tolerance Exploring the relationship between service transactions and satisfaction with the overall service*" menggunakan metode *Zone of Tolerance* untuk memahami hubungan antara ketidakpuasan pelanggan dengan serangkaian transaksi, atau pertemuan layanan, dan ketidakpuasan mereka keseluruhan dengan seluruh pengalaman layanan. Serta untuk menghasilkan beberapa proposisi untuk membantu memahami lebih baik bagaimana persepsi pelanggan dapat dikelola selama proses penyampaian layanan. Dengan hasil pemasar memiliki peran kunci dalam mempengaruhi ambang ekspektasi pra-pengalaman, manajer operasi memiliki peran penting dalam mengelola persepsi pelanggan selama proses layanan. Kegiatan ini sulit dilakukan karena hubungan timbal balik yang dinamis antara hasil transaksi dan ketidakpuasan terhadap layanan secara keseluruhan. Manajer tidak hanya memiliki kesempatan untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan setiap bagian dari proses tetapi juga harus menyadari bahwa mereka juga dapat mempengaruhi, dan karena itu menyesuaikan, batas toleransi pelanggan untuk bagian selanjutnya dari proses. Manajer harus dapat mengidentifikasi dan memahami transaksi proses layanan yang menyebabkan persepsi bergerak melalui salah satu ambang batas dan juga aktivitas yang akan memengaruhi ambang batas tersebut. Setelah ini dipahami, melalui pelacakan dan penelitian yang cermat, maka operasi akan memiliki alat untuk meningkatkan pengelolaan persepsi pelanggan dan memengaruhi hasil akhir dengan lebih baik.

Tabel 2. 1 Tinjauan Pustaka

| No | Peneliti | Judul Penelitian | Sumber | Permasalahan | Metode | Hasil Penelitian |
|----|------------------------|--|--|--|---|---|
| 1 | (Nuha, 2014) | Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode <i>Zone of Tolerance</i> Dan Kano Dalam Upaya Peningkatan Layanan Jasa Penginapan | Jurnal Teknik Industri, 16 September 2014, Jilid 12, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga | Pertumbuhan bisnis di bidang perhotelan yang terus meningkat tiap tahun. Utamanya di Yogyakarta, Sesuai data statistik di tahun 2011 banyaknya hotel bintang di Yogyakarta sebanyak 41 hotel serta di 2012 adalah 54 hotel, atau jumlahnya naik 31%. | Metode <i>Zone of Tolerance</i> Dan Kano | Sesuai dengan analisis yang memakai metode <i>Zone of Tolerance</i> didapati bahwasannya posisi layanan saat ini memperlihatkan keseluruhan atribut pelayanan jasa ada di bawah MSA. Besaran ini menandakan, tidak puasnya konsumen pada atribut terkait. |
| 2 | (Ekasari et al., 2017) | Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode <i>Servqual</i> Dan <i>Zone of Tolerance</i> | Jurnal Teknik Industri, September 2017, Jilid 9, Universitas Muhammadiyah Malang | Toko Pusat Oleh-Oleh XY menyediakan sejumlah fasilitas yang bisa dimanfaatkan pengunjung. Contohnya adalah sinyal WIFI, kursi serta kamar mandi. Toko Pusat oleh – oleh XY turut berupaya menyediakan pelayanan yang prima pada konsumennya. Meski demikian, masih ditemukan sejumlah konsumen yang tidak terlalu puas dengan pelayanan yang telah diberikan tersebut. | Metode <i>Servqual</i> Dan <i>Zone of Tolerance</i> | Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Pusat oleh oleh XY masih belum bisa memuaskan pelanggan. Hal ini bisa dilihat dari nilai gap yang negative dari skor <i>ServQual</i> . Dari 23 Atribut pelayanan semua bernilai negatif. Pada 23 atribut tersebut ada 13 atribut yang masih bisa ditoleransi oleh konsumen berdasarkan hasil pemetaan dari <i>Zone of Tolerance</i> . Atribut yang masuk dalam ZOT antara lain keahlian karyawan dalam proses pelayanan, penampilan petugas yang rapi, bersih dan sopan, tersedia brosur produk atau tester produk di area pelayanan, area parkir yang aman dan memadai, pramuniaga menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh pelanggan, pengaturan sistem antrian pembayaran yang efisien, penguasaan pramuniaga terhadap informasi produk yang di jual, kesesuaian harga pada display dengan harga produk yang dibayarkan, memberi perhatian terhadap keinginan pelanggan, memberikan umpan balik yang positif terhadap respon pelanggan, terdapat kotak kritik dan saran untuk keluhan pelanggan dan intonasi, volume suara, kaitannya dengan memberi layanan ke konsumen dengan baik dan sopan. Sementara, 13 atribut wajib untuk cepat dilakukan koreksi. Sebab |

| | | | | | | |
|---|-----------------------------|---|---|--|---|---|
| | | | | | | memperoleh negatif serta tak mampu untuk ditolerir konsumen. |
| 3 | (Devina & Aritonan g, 2013) | Model Integrasi Metode <i>Zone of Tolerance</i> , <i>Kano</i> dan <i>Lean Six Sigma</i> untuk mengoptimalkan kualitas layanan online shop | Jurnal Magister Teknik Industri, Juni 2013, Jilid 2, Program Pasca Sarjana, Universitas Katolik Parahyangan | Tingginya pemakai internet cepatnya pertumbuhan teknologi menjadi sebab timbulnya alternatif bisnis perdagangan lewat media daring (Online). Proses jual-beli melalui internet dianggap lebih efisien dan mudah. Di sisi lain, bisa meningkatkan kompetisi dagang antar perusahaan, uatamanya kompteisi dalam hal mutu layanan. Hal ini mengharuskan tiap toko Online supaya terus memelihara dan menyempurnakan mutu layanan. | Metode <i>Zone of Tolerance</i> , <i>Kano</i> , <i>Lean Six Sigma</i> | Suatu pola terpadu peningkatan kualitas layanan online shop yang memanfaatkan metode <i>Zone of Tolerance</i> , <i>Lean Six Sigma</i> , serta kano lewat 67 atribut penilaian kualitas layanan. |
| 4 | (Havid et al., 2016) | Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Fasilitas Dan Layanan Karyawan Di Teknik Industri Universitas Diponegoro Dengan <i>Zone of Tolerance</i> Dan <i>Quality Function Development</i> | Jurnal Teknik Industri, 2016, Jilid 5, Universitas Diponegoro | Ditemui persentase sejumlah 58% atas jumlah mahasiswa yang merasakan ketidakpuasan kaitannya dengan sarananserta layanan karyawan di Teknik Industri Universitas Diponegoro. Maksud dari penelitian ialah guna melihat toleransi tiap atribut layanan, menetapkan atribut pelayanan apa saja yang mempunyai kendala, juga memberi saran penyempurnaan atas sejumlah berkendala itu. | Metode <i>Zone of Tolerance</i> , dan <i>Quality Function Development</i> | <i>Zone of Tolerance</i> dan <i>Quality Function Deployment</i> merupakan metode yang dipakai. Sedangkan kuesioner sejumlah 227 sampel ke mahasiswa angkatan 2009-2014 menjadi teknik penghimpunan data yang dipakai. Berdasarkan penelitian diperoleh bahwasannya atribut pelayanan “kelengkapan sarana dan prasarana dalam media informasi(internet)” memperlihatkan wilayah toleransi paling besar serta atribut “kondisi tempat duduk nyaman” memiliki zona dengan toleransi paling kecil. Selanjutnya, ada 12 atribut pelayanan yang berkendala di penelitian ini lewat atribut “karyawan TI Undip memberikan pelayanan dengan sabar kepada Anda” selaku atribut yang paling berkendala. Terakhir, lewat perolehan QFD, memperlihatkan bahwasannya pilihan utama respon teknis yang diberi yakni menyediakan pembinaan kinerja bagi pegawai. |
| 5 | (Sahfitri & Yulianin gsih, | Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Menggunakan | Jurnal Ilmiah MATRIX, Agustus 2015, Jilid 17, | Penelitian ini menganalisis tentang kualitas layanan Sistem Informasi menggunakan metode Kano. Metode Kano digunakan untuk | Metode <i>Zone of Tolerance</i> | Sesuai dengan level desired service serta adequate service yang sudah dikalkulasi guna melihat wilayah toleransi yang dapat ditolerir pemakai jasa atas layanan yang diberikan, didapati hasil, “kondisi tempat duduk |

| | | | | | | |
|---|-----------------------|--|---|--|---|---|
| | 2015) | Metode <i>KANO</i> | Universitas Bina Darma | mengidentifikasi tingkat kepuasan dan ketidakpuasan melalui 25 atribut pelayanan yang dijadikan sebagai atribut dalam penelitian. | | nyaman” ialah indikator dengan wilayah toleransi paling kecil. Di sisi lain “kelengkapan sarana dan prasarana dalam media informasi (internet)” menjadi indikator yang paling luas wilayah toleransinya. Selanjutnya, sesuai ol data yang sudah dilangsungkan memakai zone of tolerance, didapati adanya 12 atribut pelayanan yang berkendala. “Karyawan TI Undip memberikan pelayanan dengan sabar kepada Anda” merupakan atribut yang paling berkendala. Sedangkan, 11 atribut lainnya yang turut berkendala ialah banyaknya ruang kelas yang mumpuni, karyawan TI Undip senantiasa ramah pada anda, karyawan TI Undip memberi respon yang baik atas keluhan, anda memperoleh layanan yang responsif dari pegawai TI Undip, lengkapnya sarana dan prasarana media informasi (internet), lengkapnya sarana dan prasarana di RBTI, karyawan TI Undip senantiasa mau anda, anda mempunyai kemudahan untuk berinteraksi dengan karyawan TI Undip, kondisi LCD yang baik di dalam ruang kuliah, karyawan TI Undip memberi keterangan yang gamblang mengenai layanan, serta karyawan TI Undip mempunyai kapabilitas yang mumpuni untuk menjalankan kewajiban. |
| 6 | (Shoeb, 2011) | <i>Identifying service superiority, zone of tolerance and underlying dimensions Service quality attributes in a private university library in Bangladesh</i> | <i>Library Review</i> Bangladesh, 2011 | Untuk menyelidiki kualitas layanan keseluruhan dari sistem perpustakaan Universitas Independen, Bangladesh, universitas swasta peringkat atas di Bangladesh. Survei dilakukan di antara pengguna perpustakaan khususnya mahasiswa fakultas, pascasarjana, dan sarjana. | Metode <i>SERVQUAL</i> dan <i>Zone of Tolerance</i> | Untuk semua kelompok pengguna, hanya satu atribut, “peralatan modern dan dalam kondisi baik” berada di luar ZoT. Jadi cukup lumayan karena oleh semua pengguna hanya satu item yang berada di luar ZoT. Jadi, bersama dengan persepsi pengguna individu lainnya terutama yang diidentifikasi oleh fakultas, otoritas IUBL harus mempertimbangkan untuk meningkatkan atribut. |
| 7 | (Cavana et al., 2007) | <i>Developing zones of tolerance for managing passenger</i> | <i>International Journal of Quality and</i> | Lima dimensi <i>SERVQUAL</i> asli telah diuji secara ekstensif, tiga dimensi angkutan kereta api baru memerlukan | Metode <i>SERVQUAL</i> dan <i>Zone of</i> | Instrumen <i>SERVQUAL</i> yang asli berfokus terutama pada pandangan dimensi evaluasi kualitas layanan. Itu tidak termasuk konsep evaluasi berbasis objek. Karena |

| | | | | | | |
|---|-----------------------|--|--|---|---------------------------------|--|
| | | <i>rail service quality</i> | <i>Reliability Management, 2007, Vol.24</i> | pengembangan dan pengujian lebih lanjut, terutama karena sampel diambil dari satu jalur penumpang di Selandia Baru. Lebih banyak pengembangan dan pengujian empiris diperlukan untuk menyempurnakan ukuran ini. | <i>Tolerance</i> | penelitian ini bertujuan untuk menambah nilai penerapan model <i>SERVQUAL</i> di sektor penumpang kereta api, langkah kompromi diambil mengingat sifat kompleks layanan penumpang kereta api. yang melibatkan beberapa pertemuan layanan selama penyampaian layanan. Zona toleransi memberikan informasi tentang area dan atribut apa yang perlu diperbaiki tetapi tidak bagaimana memperbaikinya. Penelitian di masa depan untuk menemukan, memeriksa dan mengukur faktor penentu harapan akan menambah nilai dalam memantau kualitas layanan. |
| 8 | (Yap & Sweeney, 2007) | <i>Zone-of-tolerance moderates the service quality outcome relationship</i> | <i>Journal of Services Marketing, 2007, Vol.21</i> | Ekspektasi layanan yang diinginkan didefinisikan sebagai layanan yang diharapkan pelanggan untuk diterima, yang merupakan perpaduan dari apa yang pelanggan yakini "bisa" dan "harus" disampaikan, sedangkan ekspektasi yang memadai adalah apa yang menurut pelanggan dapat diterima, yang sebagian dinilai oleh apa yang "akan terjadi". | <i>Metode Zone of Tolerance</i> | Studi ini menemukan bahwa baik komponen berwujud dan tidakberwujud dari kualitas layanan secara signifikan meningkatkankepuasan pelanggan dan mengurangi kecenderungan untuk beralih jika pelanggan memandang layanan seperti di atas yang mereka nyatakan. |
| 9 | (Wu, 2011) | <i>Satisfaction, inertia, and customer loyalty in the varying levels of the zone of tolerance and alternative attractiveness</i> | <i>Journal of Service Marketing, 2011, Vol.25</i> | Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan menguji model anteseden loyalitas pelanggan yang lebih komprehensif, termasuk kepuasan dan inersia. Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan bagaimana efek kepuasan dan inersia pada loyalitas pelanggan bervariasi dengan tingkat zona toleransi (ZOT) yang berbeda, dan bagaimana ini cenderung berubah karena daya tarik alternatif pelanggan. | <i>Metode Zone of Tolerance</i> | Hasil penelitian ini juga memiliki implikasi manajerial yang penting di bidang pemasaran jasa. Jelas, beberapa pelanggan mungkin memiliki ZOT yang lebih sempit, yang mungkin memerlukan tingkat kinerja layanan yang konsisten untuk memuaskan mereka, sedangkan yang lain mungkin mentolerir rentang kinerja layanan yang lebih besar. Oleh karena itu, pertama-tama, manajer telekomunikasi seluler perlu mengetahui tingkat perkiraan, antara kinerja layanan yang diinginkan dan yang memadai, yang saat ini diterima pelanggan dari mereka. Kedua, pengelola telekomunikasi seluler harus menentukan lebar ZOT pelanggan mereka. Berdasarkan studi ini, pemahaman tentang lebar ZOT akan |

| | | | | | | |
|----|-------------------|--|---|--|---------------------------------|--|
| | | | | | | memungkinkan manajer untuk mengalokasikan sumber daya pemasaran mereka sesuai dengan itu, berfokus pada kepuasan atau inersia. |
| 10 | (Johnston , 1995) | <i>The zone of tolerance Exploring the relationship between service transactions and satisfaction with the overall service</i> | <i>International Journal of Service Industry Management</i> , 1995, Vol.6 | Untuk memahami hubungan antara ketidakpuasan pelanggan dengan serangkaian transaksi, atau pertemuan layanan, dan ketidakpuasan mereka keseluruhan dengan seluruh pengalaman layanan. Serta untuk menghasilkan beberapa proposisi untuk membantu memahami lebih baik bagaimana persepsi pelanggan dapat dikelola selama proses penyampaian layanan. | <i>Metode Zone of Tolerance</i> | Sementara pemasar memiliki peran kunci dalam mempengaruhi ambang ekspektasi pra-pengalaman, manajer operasi memiliki peran penting dalam mengelola persepsi pelanggan selama proses layanan. Kegiatan ini sulit dilakukan karena hubungan timbal balik yang dinamis antara hasil transaksi dan ketidakpuasan terhadap layanan secara keseluruhan. Manajer tidak hanya memiliki kesempatan untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan setiap bagian dari proses tetapi juga harus menyadari bahwa mereka juga dapat mempengaruhi, dan karena itu menyesuaikan, batas toleransi pelanggan untuk bagian selanjutnya dari proses. Manajer harus dapat mengidentifikasi dan memahami transaksi proses layanan yang menyebabkan persepsi bergerak melalui salah satu ambang batas dan juga aktivitas yang akan memengaruhi ambang batas tersebut. Setelah ini dipahami, melalui pelacakan dan penelitian yang cermat, maka operasi akan memiliki alat untuk meningkatkan pengelolaan persepsi pelanggan dan memengaruhi hasil akhir dengan lebih baik. |

Ada beberapa metode yang sering digunakan untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diantaranya adalah metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), metode *Importance Performance Analysis* (IPA), *Entropy*, metode *Zone of Tolerance* (ZOT), model Kano, metode *Pain Gain in Customer Value* (PGCV), metode *Service Performance* (SERPERF), dan masih banyak lagi. Pada penelitian pengukuran kepuasan pelanggan, peneliti akan menggunakan metode *Zone of Tolerance* (ZOT) dan Model Kano.

Pemilihan metode *Zone of Tolerance* (ZOT) dalam penelitian berguna untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat di toleransi dan yang harus ditingkatkan untuk memberikan kepuasan kepada para pelanggan dengan hasil akhir berupa angka toleransi minimum. Selanjutnya pengolahan data dilakukan menggunakan model Kano untuk menentukan atribut-atribut yang perlu dilakukan perbaikan sarana maupun prasarana yang harus segera dilakukan perbaikan guna untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Metode Zone of Tolerance

Wilayah antara *adequate service* dan *desired service*, yakni wilayah variasi pelayanan yang masih dapat diterima oleh pelanggan terletak, dikenal dengan istilah *Zone of Tolerance*. Jikalau pelayanan yang diperoleh konsumen ada di bawah *adequate service*, dapat menyebabkan kecewa dan frustasinya konsumen. Sebaliknya, jikalau pelayanan yang diterima tersebut di atas *desired service*, maknanya adalah konsumen terpukau atau terlampau puas. (Havid et al., 2016)

Zone of Tolerance ini merupakan suatu konsep yang mempunyai hubungan langsung dengan sejumlah jenis pelayanan kaitannya dengan mendorong perusahaan guna mengefisienkan lagi layanan yang diberikan. (Pujotomo & Sari, 2017)

1) *Desired Service*

Taraf kinerja jasa yang pelanggan ekspektasikan bisa diterima, di mana merupakan kombinasi dari keyakinan tentang sesuatu yang bisa dan sepantasnya

konsumen peroleh, dikenal dengan istilah *desired service*. *Desired service* ini mendapat pengaruh dari sejumlah faktor, seperti:

a. Harapan supaya mendapat layanan yang benar dan baik

Konsumen mempunyai harapan mendapat layanan yang baik, sebab dirinya memperhatikan bahwa orang lain juga dilayani demikian. Apa yang disebut dengan pelayanan yang benar di sini, bervariasi sesuai keyakinan individu terkait.

b. Keperluan setiap individu

Pelayanan sebagaimana diekspektasikan oleh konsumen, sebab kebutuhan akan pelayanan itu sifatnya pokok serta terkait dengan kesejahteraannya.

c. Janji secara langsung

Pelayanan sebagaimana diekspektasikan pelanggan sebab mereka dijanjikan untuk memperoleh layanan yang seperti itu dari pemberi/perusahaan penyedia jasa secara langsung.

d. Janji secara tidak langsung

Pelayanan sebagaimana diekspektasikan konsumen sebab mereka mendapat arahan terkait hal itu. Dengan demikian, pelanggan mengambil simpulan mengenai pelayanan seperti apa yang sepatutnya mereka dapat. Arahan atau petunjuk itu di antaranya harga serta sarana prasarana yang mendukung layanan.

e. Komunikasi mulut ke mulut

Pelayanan yang diekspektasikan konsumen sebab dirinya memperoleh keterangan atau informasi dari pihak lain (bukan berasal dari pemberi jasa), seperti laporan pelanggan, orang yang ahli, publisitas, maupun individu.

f. Pengalaman masa lalu

Pelayanan yang diekspektasikan konsumen, sebab dirinya sudah mempunyai pengalaman yang termasuk pada sejumlah hal yang sudah diketahui atau dipelajarinya.

2) *Adequate Service*

Taraf kinerja jasa paling rendah yang masih bisa ditolerir menurut prediksi jasa yang nantinya bisa didapat, serta bergantung dari alternatif yang ada, dikenal dengan istilah *adequate service*. *Adequate service* mendapat pengaruh dari sejumlah faktor, seperti:

a. Keadaan darurat

Pelayanan paling rendah yang mestinya diperoleh pelanggan karena dirinya memerlukan pelayanan itu untuk dalam jangka pendek. Sifat dari layanan ini adalah individual serta bisa membuat naiknya sensitivitas konsumen atas jasa itu. Contohnya adalah asuransi mobil ketika mengalami kecelakaan di jalan.

b. Ketersediaan alternatif

Pelayanan paling rendah yang pelanggan harapkan serta timbul dari anggapan mengenai derajat atau taraf pelayanan perusahaan sejenis lainnya. Kepentingan pelayanan akan kian besar, seiring dengan semakin berlimpahnya ketersediaan alternatif.

c. Derajat keterlibatan pelanggan

Pelayanan paling rendah yang masih ditolerir pelanggan sebab mereka turut serta dalam penyediaan jasa. Semakin besar keterlibatan pelanggan, Pelanggan kian merasa untuk mengiyakan hasil pelayanan serta kian sulit mengirimkan pengaduan, apabila keterlibatan mereka atas itu juga semakin tinggi.

d. Sejumlah faktor yang bergantung pada situasi

Pelayanan paling rendah yang masih bisa ditolerir pelanggan sebab terdapat peristiwa yang dapat memberi dampak ke kinerja jasa, yang letaknya di luar dari kendali pemberi jasa. Contohnya adalah musibah, cuaca ekstrim dan sebagainya.

e. Pelayanan yang diperkirakan

Pelayanan paling rendah yang masih bisa ditolerir pelanggan sebab dirinya sudah menduga akan memperoleh layanan seburuk itu. Pelayanan yang diperkirakan itu lebih ke arah dugaan mereka atas transaksi individu dan bukan relasi dengan pemberi jasa secara umum.

Metode zone of tolerance (ZOT) dalam melangsungkan pemetaan atribut sesuai data rata-rata skor tingkat pelayanan (kinerja) yang dirasakan, tingkat pelayanan harapan serta tingkat pelayanan minimum tiap atribut guna mengkalkulasi besaran MSA (*Measure of Service Adequacy*), ZOT (*Zone of Tolerance*) serta MSS (*Measure of Service Superiority*). Penghitungan besaran MSA, ZOT dan MSS yakni :

Sesuai dengan (Kusumawati & Wawolumaja, 2014) olah data menggunakan pemetaan *Zone of Tolerance* dijalankan pada setiap dimensi serta item pernyataan. Tahapan yang dipakai guna menghitung *Zone of Tolerance* yakni:

1. Hitung *Measure of Service Adequacy* (MSA)

$$\text{MSA} = \text{pelayanan sekarang} - \text{pelayanan minimum}$$

2. Hitung *Measure of Service Superiority* (MSS)

$$\text{MSS} = \text{pelayanan sekarang} - \text{pelayanan harapan}$$

3. Hitung posisi pelayanan sekarang pada *Zone of Tolerance*

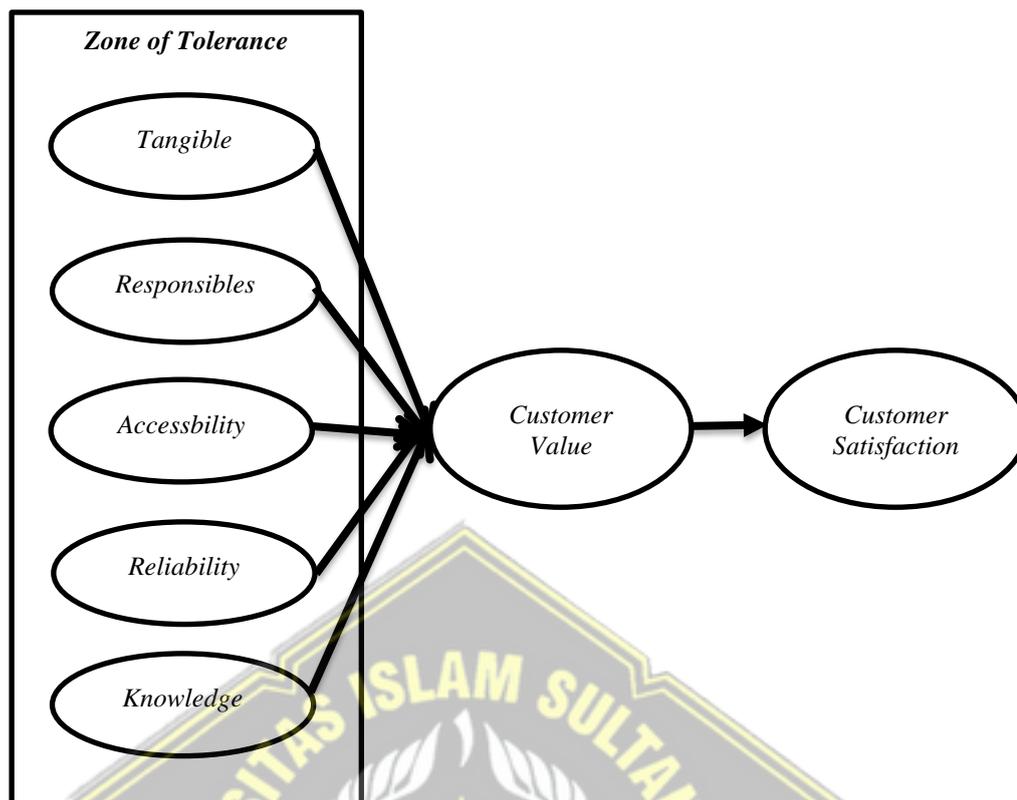
$$\text{Posisi pelayanan sekarang pada } \textit{Zone of Tolerance} =$$

$$\text{MSA}$$

$$\frac{\text{MSA}}{(\text{Pelayanan harapan} - \text{Pelayanan minimum})}$$

Hasil dari perhitungan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

- Apabila besaran MSS positif, maknanya pelayanan saat ini ada di atas ZOT. Artinya, wisatawan telah puas dengan pelayanan yang diberikan sekarang.
- Apabila besaran MSA negatif, maknanya pelayanan saat ini ada di bawah ZOT. Artinya, wisatawan sangat tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan sekarang.
- Apabila besaran MSA positif dan MSS negatif, maknanya pelayanan saat ini ada di dalam ZOT. Artinya, wisatawan merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan sekarang, tetapi masih bisa menerima.



Gambar 2. 1 Konsep Zone of Tolerance

Berdasarkan dari kerangka konseptual Gambar 1, maka didapatkan beberapa hubungan atau pengaruh antara variabel penelitian yang satu dengan variabel penelitian yang lain yakni:

H1: “*Tangible*” untuk meningkatkan “*customer value*”.

H2: “*Responsibilities*” untuk meningkatkan “*customer value*”.

H3: “*Accessibility*” untuk meningkatkan “*customer value*”.

H4: “*Reliability*” untuk meningkatkan “*customer value*”.

H5: “*Knowledge*” untuk meningkatkan “*customer value*”.

H6: “*Customer value*” untuk meningkatkan “*customer satisfaction*”.

H7: Apakah terdapat perbedaan antara harapan dan kepuasan (ZOT) dalam layanan yang bermutu bagi *customer*.

Zone of tolerance (ZOT) merupakan suatu konsep layanan yang diberikan kepada konsumen dengan rentangan atau perbedaan antara layanan yang didapatkan konsumen dibandingkan harapan konsumen terhadap lembaga layanan (Diah Dharmayanti & Zeplin Jiwa Husada Tarigan, 2010).

Pemahaman mengenai *Zone of Tolerance* dapat digunakan bagi penyedia jasa untuk memperbaiki kualitas pelayanannya dalam memenuhi dan melebihi harapan konsumen agar kepuasan konsumen dapat tercapai.

2.2.2 Model Kano

Model *Kano* seusia dengan apa yang telah dikembangkan oleh Prof. Noriaki Kano dalam (Sahfitri & Yulianingsih, 2015) bertujuan guna mengelompokkan sejumlah atribut dari jasa maupun barang menurut sebaik apa jasa maupun barang tersebut bisa membuat kebutuhan pelanggan terpenuhi.

1) Dimensi Kualitas KANO

- a. Kinerja (*Performance*), yaitu berhubungan dengan karakteristik operasi pokok dari produk inti.
- b. Keistimewaan tambahan (*Features*), yaitu karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
- c. Keandalan (*Reability*), yaitu probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specifications*), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk tersebut sesuai dengan spesifikasi tertentu dari konsumen.
- e. Daya tahan (*Durability*), yaitu berkaitan dengan seberapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
- f. Estetik (*Asthetic*), yaitu karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

2) Model Kano

Terdapat 6 kelompok kategori atribut dari jasa maupun produk (Sahfitri & Yulianingsih, 2015) yaitu:

a. *Attractive atau Excitement needs*

Suatu atribut yang menjadi sebab puasnya pelanggan apabila dijalankan peningkatan kinerja atribut serta jika ada atribut yang mengalami

penurunan, maka tak menjadi sebab tingkat kepuasan menurun (Walden, 1999 Xu, et al., 2009)

b. *One-dimentional atau Performance needs*

Suatu atribut yang serupa komparasinya. Maknanya, pelanggan terpuaskan apabila ada atribut layanan yang meningkat. Di sisi lain, jika kinerja atribut menurun, maka kepuasan pelanggan dapat turun juga.

c. *Must be atau basic needs*

Suatu atribut yang jikalau layanan itu ada, tak akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sedangkan jika tak terdapat atribut layanan itu, tidak merasakan kepuasan.

d. *Indifferent*

Sifat atribut yang tak memberi dampak ke buruk baiknya layanan. apabila layanan buruk, pelanggan tak merasakan kecewa. Tetapi tidak akan merasa puas juga bila terjadi peningkatan layanan.

e. *Reverse*

Suatu atribut yang mempunyai sifat berkebalikan dari lazimnya suatu keadaan. Justru pelanggan akan cenderung kecewa bila layanan itu baik dan merasa puas bila suatu layanan itu buruk.

f. *Questionable*

Atribut dengan sifat dipertanyakan atau tidak valid. Di atribut yang demikian, pelanggan dapat merasa senang pada kondisi layanan buruk serta juga baik begitu sebaliknya.

3). Langkah-langkah pengolahan data dengan model Kano

Pengolahan data dengan model Kano adalah sebagai berikut:

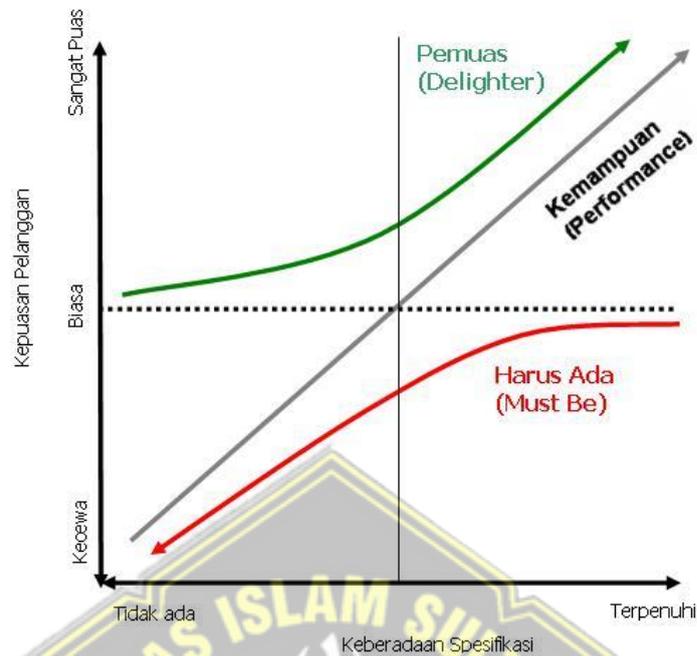
- a. Jawaban atas pernyataan fungsional dan disfungsional adalah diklasifikasikan menjadi enam kategori dalam status tabel evaluasi Kano.

| Positive Questions | Reverse Questions | | | | |
|--------------------|-------------------|---------|-------------|------------|---------|
| | Happy | Must be | Indifferent | Acceptable | Unhappy |
| Happy | Q | A | A | A | O |
| Must be | R | I | I | I | M |
| Indifferent | R | I | I | I | M |
| Acceptable | R | I | I | I | M |
| Unhappy | R | R | R | R | Q |

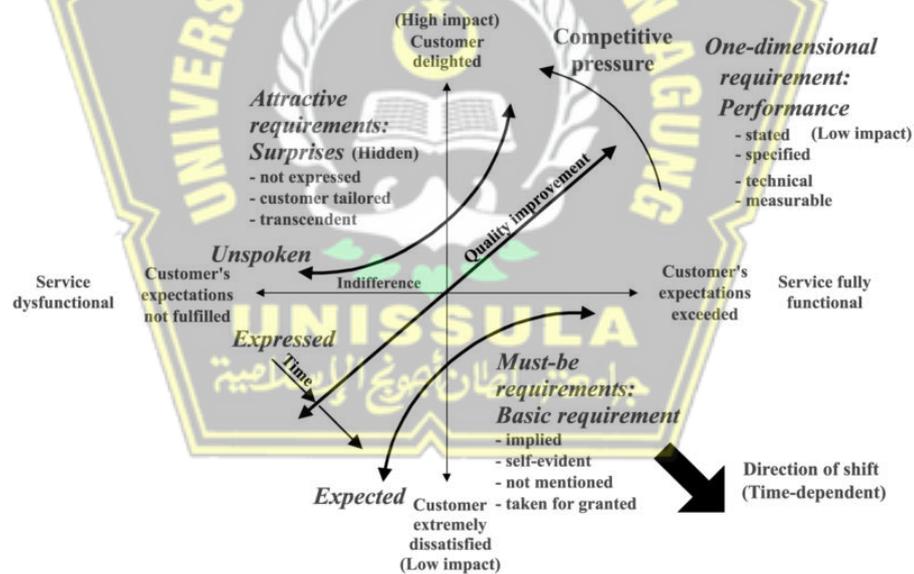
Gambar 2. 2 Fungsional dan Disfungsional Kano

b. Jawaban dari masing-masing responden untuk setiap kuesione yang telah diklasifikasikan kemudian ditabulasikan. Menggunakan *Blauth's formula*, kolom nilai dapat diperoleh untuk setiap pelanggan persyaratan sebagai berikut: (Sahfitri & Yulianingsih, 2015)

1. Apabila $(one\ dimensional + attractive + Must\ be) > (Indifferent + Reverse + Questionable)$ artinya *grade* berasal dari besaran yang paling tinggi dari $(one\ dimensional, attractive\ dan\ Must\ be)$
2. Apabila $(one\ dimensional + attractive + must\ be) < (Indiffernet + Reverse + Questionable)$ artinya *grade* berasal dari besaran yang paling tinggi pada $(Indifferent + Reverse + Questionable)$
3. Apabila Jumlah Nilai $(one\ dimensional + attractive + must\ be) = (indifferent + reverse + Questionable)$ artinya *grade* yang didapatkan ialah yang tertinggi dari keseluruhan kategori kano yakni $(one\ dimensional, attractive, must\ be, indifferent, reverse\ questionable)$



Gambar 2.3 Model Kano



Source: Kano et al. (1984), ASI Quality Systems (1992), Mazur (1993), Rolstadas (1995), Wakhlu (1994), Matzler and Hinterhuber (1998), Cohen (1995)

Gambar 2.4 Model Kano

Dari gambar 2.3 dan 2.4 dapat disimpulkan bahwa jika fasilitas yang tersedia tidak ada maka menyebabkan pelanggan merasa kecewa karena pelanggan memiliki harapan bahwa beberapa fasilitas harus tersedia. Sedangkan sebaiknya,

jika fasilitas yang tersedia diluar ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa sangat puas terhadap fasilitas yang ada.

Kegunaan dari mengelompokkan kebutuhan pelanggan menurut model Kano ialah:

- a) Pada perusahaan utamanya divisi pengembang nantinya bisa semakin paham dan fokus pada sejumlah parameter kualitas produk yang termasuk kelompok, *one-dimentional*, *attractive* serta *must be*. Pengaruhnya adalah pada pengembangan atribut yang akurat bisa memberi dampak ke tingkat puasanya pelanggan.
- b) *Atribut Attractive* bisa mendefereusiasikan suatu produk supaya mendukung perusahaan guna memperoleh minat dari pelanggan. Sesuai dengan model b. menolong perusahaan jikalau mengalami *trade-off* antara finansila dan fator produksi sehingga kriteria yang memberi dampak ke kepuasan pelanggan bisa diputuskan.
- c) Dalam kriteria kualitas produk serta acuan *must be*, *attractive* serta *one dimentional* nantinya bisa tidak sama di tiap segmen pasar. Sehingga kepuasan pelanggan bisa optimal Kano, divisi pengembang produk wajib paham akan teknis karakteristik respon guna memutuskan kategori krusial melalui penyelenggaraan survei pelanggan memakai kuesioner Kano. Disfungsional dan fungsional merupakan dua tipe pertanyaan dalam kuesioner Kano (Mustofa, 2021).

2.2.3 Pemasaran Jasa

1. Pengertian Pemasaran Jasa

Sesuai dengan apa yang diutarakan Lovelock dan Wirtz, pemasaran jasa yakni bagian dari system jasa secara umum yang mana perusahaan itu mempunyai suatu interkasi dengan konsumennya. Berawal dari pengiklanan sampai penagihan. Hal itu termasuk interaksi yang dilangsungkan ketika menyerahkan barang atau jasa. Menurut Lupiyoadi, pemasaran jasa yaitu seluruh tindakan yang diajukan oleh salah satu pihak pada pihak lain yang pada intinya intangible serta tak menjadi sebab beralihnya kepemilikan apapun. Berdasarkan Zeithaml dan Bitner, pemasaran jasa ialah terkait dengan

sejumlah janji. Janji yang diutarakan pada konsumen yang wajib untuk dikelola. Kerangka kerja strategik dipahami selaku *service triangle* yang meneguhkan krusialnya orang di perusahaan untuk menjaga janjinya serta berhasil untuk membuat *costumer relationship* bertumbuh.

Selanjutnya, berdasarkan apa yang diutarakan Umar, pemasaran jasa merupakan pemasaran yang sifatnya *immaterial juga tangible*. Selaitu, juga dijalankan ketika konsumen dan produsen saling berinteraksi.

Sesuai dengan penjabaran di atas, pemasaran jasa ialah sebuah tindakan yang ditawarkan produsen ke konsumen, dalam pengertian bahwa terhadap jasa yang diberikan, orang tak bisa melihat ataupun merasakan jika belum mengkonsumsinya.

2.2.4 Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Berdasarkan apa yang disampaikan Kotler dan Keller, kepuasan konsumen merupakan rasa kecewa atau senangnya individu dimana timbul sesudah mengkomparasikan antara kinerja (hasil) produk yang ada di pikirannya terhadap kinerja (atau hasil) yang diekspektasikan. Apabila kinerja tidak mencapai harapan, konsumen tidak merasa puas. Apabila kinerja lebih dari apa yang menjadi harapan, maka pelanggan merasa bahagia atau sangat puas.

Selanjutnya, sesuai dengan apa yang dinyatakan Zheithaml dan Bitner, bahwasannya pengertian kepuasan atau ketidakpuasan konsumen secara tradisional, ialah perbedaan antara persepsi atau kinerja yang yang dirasakan dan harapan. Crow et., all mengutarakan bahwasannya kepuasan berasal dari bahasa latin "satis", yang artinya cukup atau sesuatu yang membuat puas akan tidak diragukan lagi memuaskan harapan, keinginan, keperluan serta tak menjadi sebab keluhan timbul. Rasa tidak puas maupun puas menjadi sebuah perasaan konsumen yang merupakan respon dari produk barang/jasa yang mereka konsumsi. Kepuasan atau ketidakpuasan menjadi respon mereka atas evaluasi ketidakcocokan yang diekspektasikan antara harapan sebelum membeli dan kinerja nyata produk sesudah dirasakan penggunaannya. ketika mutu dari suatu

layanan, fasilitas serta harganya dirasa cocok atau lebih dari apa yang diharapkan, pelanggan akan merasa puas.

Terdapat kemiripan antara sejumlah pengertian tersebut yakni terkait unsur puasanya pelanggan (harapan serta kinerja/hasil mereka ras). Mayoritas harapan pelanggan ialah prediksi maupun kepercayaan pelanggan mengenai apa yang diterimanya ketika membeli atau memakai suatu produk (jasa maupun barang). Sementara, kinerja yang dirasakan ialah anggapan pelanggan atas sesuatu yang diterimanya sesudah menggunakan produk yang dibeli. Kepuasan pelanggan begitu tergantung pada ekspektasi serta anggapan pelanggan. Selaku penjual dari suatu produk penting guna mengerti sejumlah faktor yang bisa memberi pengaruh ke hal ini. Persepsi dan harapan pelanggan itu mendapat pengaruh dari sejumlah faktor, seperti halnya :

- a. Kebutuhan dan keinginan terkait sejumlah hal yang pelanggan rasakan saat dirinya coba bertransaksi dengan pemasok produk (perusahaan) atau produsen. Apabila ketika itu keinginan serta keperluannya tinggi artinya ekspektasi atau harapan akan tinggi begitu juga kebalikannya.
 - b. Pengalaman di masa lampau saat memakai produk dari perusahaan atau kompetitornya.
 - c. Pengalaman dari rekannya yang menceritakan mutu produk yang mau dia beli. Pengalaman ini terang memberi dampak ke anggapan pelanggan, utamanya terkait produk yang dirasa tinggi resikonya.
 - d. Interaksi lewat pemasaran atau iklan turut memberi pengaruh ke anggapan pelanggan.
2. Strategi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menjadi suatu rencana jangka panjang yang memerlukan komitmen, baik terkait sumber daya manusia maupun dananya. Berdasarkan Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra terdapat sejumlah strategi yang bisa digabungkan guna mencapai serta menaikkan kepuasan dari konsumen, yakni:

a. Strategi Relationship Marketing

Strategi terkait dengan transaksi jual-beli antara pedagang dan pembelinya berlangsung terus menerus, tidak berakhir meski pejualannya berakhir. Dalam artian lain, terbentuk sebuah kerja sama dengan konsumen secara konsisten yang berujung pada timbulnya kesetiaan konsumen sehingga penjualan terulang kembali (*repeat business*)

b. Strategi Superior Customer Service

Pada strategi ini ditawarkan pelayanan yang lebih unggul dari kompetitor. Hal ini memerlukan modal yang tidak sedikit, kapabilitas sumber daya manusia, serta uaya yang ulet supaya bisa timbul suatu pelayanan yang lebih hebat.

c. Indikator-indikator Kepuasan Konsumen

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono yakni :

1) Kesesuain harapan

Level kecocokan antara kinerja produk yang diinginkan oleh pelanggan dengan yang pelanggan rasakan, termasuk di dalamnya pelayanan dari pegawai, sarana penunjang sampai produk.

2) Minat berkunjung kembali

Kerelaan pelanggan untuk kembali datang maupun melangsungkan pembelian ulang pada produk akibat dari sarana penunjang yang memadai hingga pelayanan yang membuat mereka puas.

3) Kesedian merekomendasikan

Kerelaan pelanggan untuk menganjurkan produk yang sudah ia rasakan ke keluarga atau rekan. Contohnya, memberi saran supaya membeli produk sebab memadainya fasilitas penunjang.

2.3 Hipotesa

Hipotesa merupakan suatu pernyataan sementara atau dugaan jawaban sementara yang paling memungkinkan walaupun masih harus dibuktikan dengan penelitian. Berdasarkan kerangka pemikiran dan paradigma penelitian tersebut, maka hipotesis penelitian ini adalah mengidentifikasi kepuasan pelanggan dari pelayanan penginapan yang memakai metode *Zone of Tolerance* serta

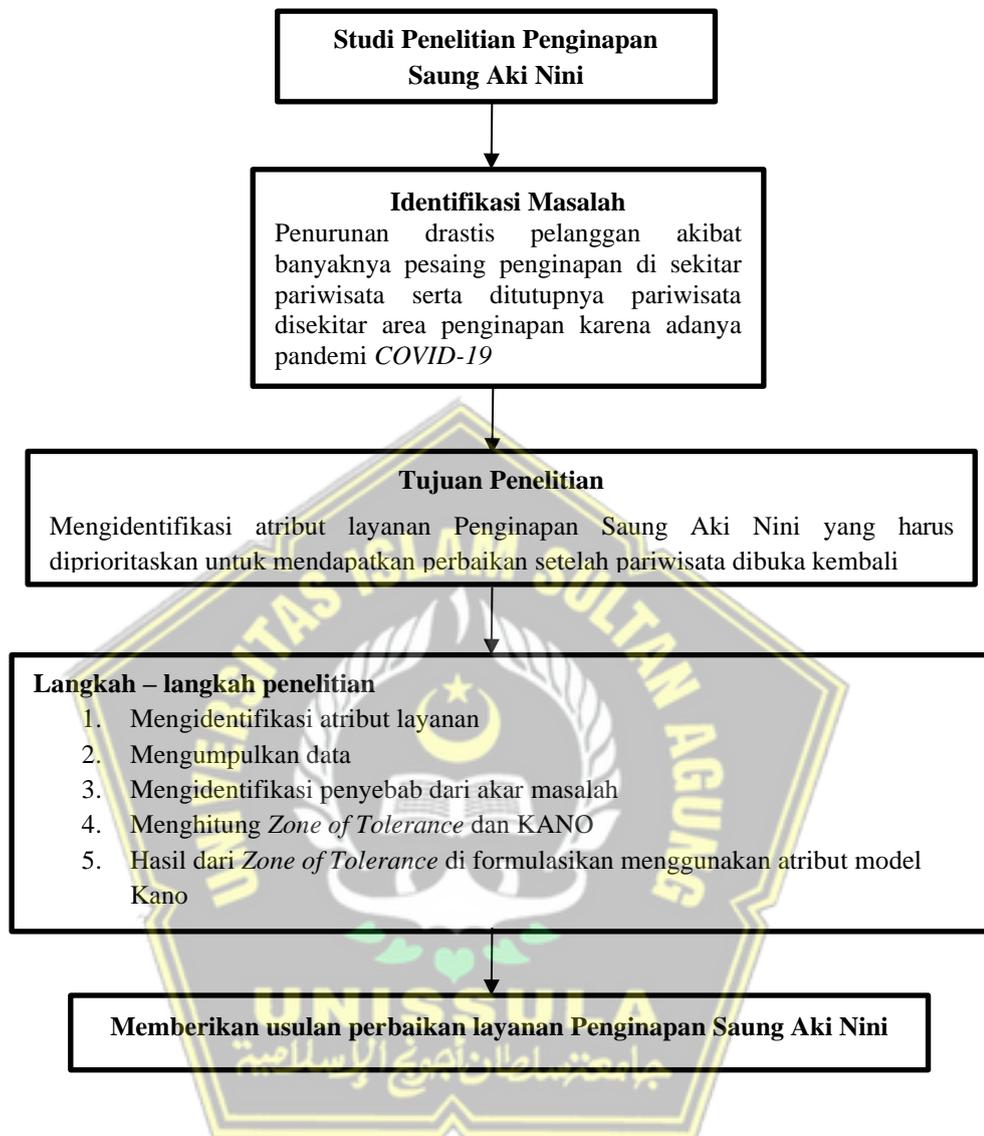
memberikan usulan prioritas kaitannya dengan menaikkan kualitas dengan metode *KANO*. Sehingga mampu memberikan gambaran tentang layanan serta fasilitas yang sesuai dengan keinginan pengunjung serta dapat meningkatkan kualitas layanan dalam memenuhi keinginan atau kebutuhan pengunjung.

2.4 Kerangka Teoritis

Keluhan yang dialami oleh para pengunjung akan dianalisa dengan menggunakan Metode *Zone of Tolerance* dan Kano. Metode ini dapat memberikan nilai pada pelayanan dalam penginapan pada saat bekerja sehingga dapat melakukan tindakan pencegahan mengenai ketidak puasan pengunjung. Maka dari itu, adapun kerangka teoritis penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data berupa menyebarkan kuisisioner Menganalisa hasil dari kuisisioner yang telah diisi oleh pengunjung untuk mengetahui pada bagian mana yang terdapat keluhan paling tinggi.
2. Pengolahan data manual dengan cara menganalisa hasil dokumentasi dan memberikan penilaian Perhitungan dari penilaian manual
3. Merekap hasil analisis secara manual tindakan yang perlu dilakukan.
4. Pengolahan data menggunakan *Zone of Tolerance* dan *kano*
5. Menganalisa dan menentukan hasil terkait usulan perbaikan usaha.

Tabel 2. 2 Tabel Kerangka Teoritis



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah sebuah langkah-langkah atau cara yang digunakan untuk mencari dan memperoleh data-data yang diperlukan dan selanjutnya diproses menjadi informasi sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Langkah-langkah yang akan ditempuh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.1 Pengumpulan Data

Data yang diambil pada penelitian ini berupa data primer yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada para pelanggan. Adapun beberapa pernyataan yang disajikan dan diisikan melalui kuesioner yang telah dipersiapkan.

3.1.1 Pengambilan Data

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa kecantikan, yaitu di Jl. Raya Sawarna-Bayah, Kabupaten Lebak. Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah pelanggan yang menggunakan jasa penginapan di Penginapan Saung Aki Nini.

3.1.2 Penyusunan Kuesioner

Seluruh atribut yang akan diukur dalam penelitian ini disusun berdasarkan hasil rekap kuesioner terbuka yang telah diisi oleh para pelanggan dan diskusi dengan beberapa pihak internal Penginapan Saung Aki Nini terkait dengan kepentingan dalam memberikan kepuasan pelanggan. Berdasarkan dari hasil diskusi yang telah dilakukan, akan didapatkan atribut penilaian dimana atribut itu nantinya ditafsirkan ke wujud kuesioner.

3.1.3 Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik sampling yang bersifat *non probability sampling* dimana tiap anggota populasi tak sama kesempatannya untuk dijadikan sebagai sampel. Teknik sampel yang digunakan ialah *purposive sampling*, merujuk pada sejumlah kriteria, yakni:

- a. Pelanggan yang menggunakan jasa penginapan di Penginapan Saung Aki Nini.

- b. Pelanggan minimal berusia 17 tahun.
- c. Pelanggan bisa membaca dan menulis.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Tahap ini dilakukan untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan untuk penelitian. Adapun data-data yang dibutuhkan peneliti antara lain:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber asli (tanpa melalui media perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan hasil pengujian. Data ini didapat dari metode-metode wawancara atau dengan memberikan kuisisioner kepada pihak-pihak yang kompeten.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung. Data sekunder tersebut biasanya berbentuk dokumen, file, arsip atau catatan-catatan perusahaan. Data ini diperoleh melalui dokumentasi perusahaan dan literatur yang berhubungan dengan penelitian selama periode tertentu.

3.2.1 Kuesioner

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Penyebaran kuesioner terbuka dapat membantu peneliti untuk mempermudah dalam menyusun kuesioner tertutup serta dapat memperkuat latar belakang masalah. Setelah mengetahui hasil kuesioner terbuka, dilanjutkan penyusunan kuesioner tertutup dengan melakukan proses identifikasi atribut. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Kuesioner yang akan disebar nanti berisi pernyataan mengenai pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang dilakukan oleh Penginapan Saung Aki Nini. Mekanisme pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah model skala likert yang tertera dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Skala Penelitian Kuesioner

| Skala | Harapan Konsumen | Kinerja | Pelayanan Minimum |
|-------|------------------|-------------|-------------------|
| 1 | Tidak Penting | Tidak Puas | Tidak Puas |
| 2 | Kurang Penting | Kurang Puas | Kurang Puas |
| 3 | Cukup Penting | Cukup Puas | Cukup Puas |
| 4 | Penting | Puas | Puas |
| 5 | Sangat Penting | Sangat Puas | Sangat Puas |

3.3 Pengujian Hipotesa

Pengumpulan fakta-fakta yang relevan dengan hipotesis yang diajukan untuk memperlihatkan apakah terdapat fakta-fakta yang mendukung hipotesis tersebut atau tidak.

3.4 Pengolahan Data

Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengolahan data ini adalah sebagai berikut:

a. Penentuan Sampel

Penentuan sampel dilakukan dengan teknik *non-probability* sampling, di mana teknik sampling ini tidak memberikan kesempatan (peluang) pada setiap anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel. Selanjutnya peneliti menggunakan sampling aksidental yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristiknya, maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden).

b. Pembuatan Kuesioner Pendahuluan

Pembuatan kuesioner pendahuluan merupakan langkah awal untuk untuk mendapatkan atribut- atribut produk yaitu dengan penjarangan *voice of customer* (VoC).

c. Pembuatan Kuesioner *Zone of Tolerance* - Kano

Dalam kuesioner *Zone of Tolerance* dan *kano* responden diminta untuk melakukan penilaian skala *likert* 1-5, sebagai berikut:

1 = Tidak Puas,

2= Kurang Puas,

3= Cukup Puas,

4= Puas,

5= Sangat Puas.

d. *Uji Validitas dan Reliabilitas*

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk mengetahui *kuesioner* sudah *valid* dan *reliabel* sebelum dilakukan pengolahan data. *Uji validitas* dan *uji reliabilitas* dilakukan dengan menggunakan *software SPSS*.

3.5 Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini dibuat secara efektif dan efisien berdasarkan pada perumusan masalah. Berdasarkan kerangka tulisan itulah data kemudian dikumpulkan, disarikan, disusun, diolah lalu ditafsirkan. Hasil tafsiran kemudian dianalisis dan disintesis yang kemudian diperoleh sebuah kesimpulan. Hasil yang sudah dianalisis dan disintesis ini berupa gagasan baru untuk memecahkan sebuah masalah yang ditemukan pada literature. Pembahasan dalam penelitian ini meliputi analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan metode *Zone of Tolerance* dan model Kano Penginapan Saung Aki Nini.

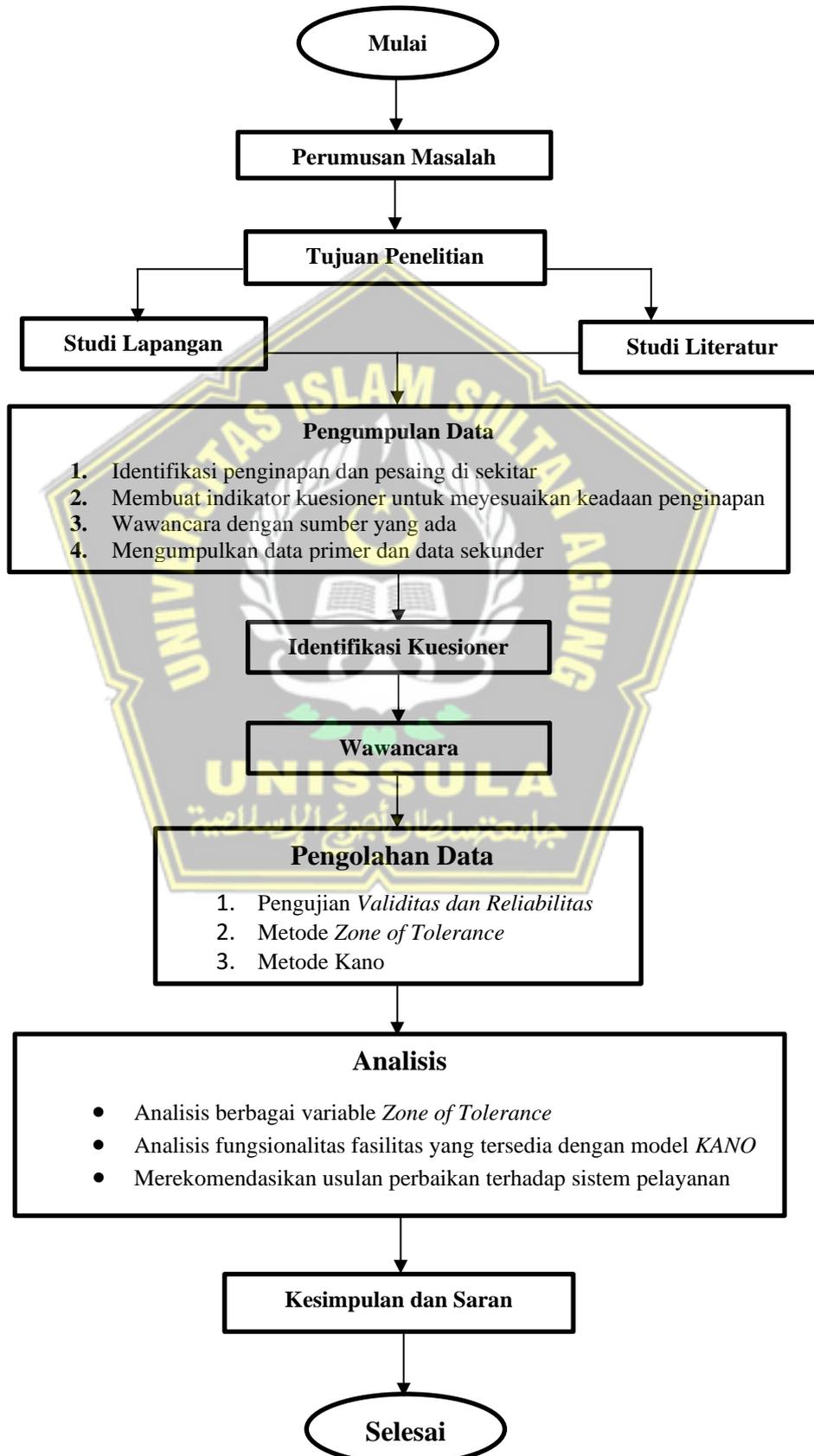
3.6 Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir penelitian ini adalah penarikan kesimpulan atas keseluruhan hasil yang diperoleh dari langkah-langkah penelitian yang dilakukan. Penarikan kesimpulan ini merupakan jawaban dari permasalahan yang ada. Selain itu juga akan diberikan saran sebagai masukan yang positif berkaitan dengan hasil penelitian.

3.7 Diagram Alir Penelitian

Langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Diagram Alir Penelitian



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengumpulan Data

4.1.1 Profil Penginapan Saung Aki Nini

Penginapan Saung Aki Nini merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan jasa dan fasilitas penginapan. Penginapan Saung Aki Nini didirikan oleh bapak Rukmayadi sejak tahun 2016 yang terletak di Jl. Raya Sawarna-Bayah, Kabupaten Lebak, Banten 42393. Latar belakang berdirinya penginapan Saung Aki Nini awalnya karena bapak Rukmayadi melihat potensi yang sangat besar di daerahnya tersebut utamanya di sekitar akan kebutuhan penginapan bagi wisatawan yang berkunjung di Desa Sawarna serta membuka lapangan pekerjaan untuk mengurus keperluan penginapan. Sampai saat ini penginapan Saung Aki Nini terus berkembang dengan mengedepankan kualitas pelayanan serta kualitas fasilitas sebagai jaminan untuk kepuasan pelanggannya

4.1.2 Visi Dan Misi Saung Aki Nini

Visi:

Terwujudnya sebuah penginapan yang berkelas yang memiliki pelayanan professional dengan mengutamakan pelanggan

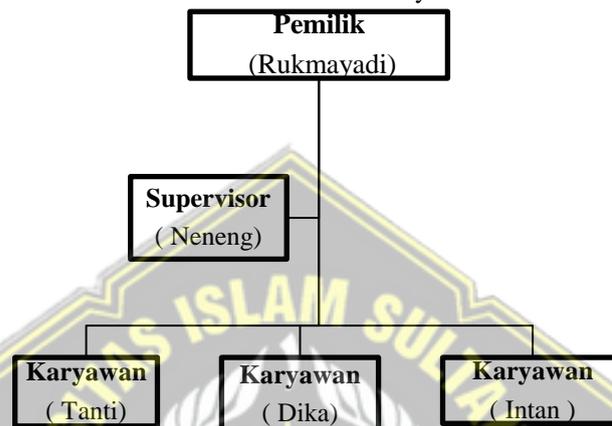
Misi:

1. Memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui pelayanan terbaik sehingga diperoleh kepuasan pelanggan.
2. Mendorong terciptanya kondisi financial yang sehat sehingga mampu memberikan kontribusi keuntungan yang optimal bagi perusahaan.
3. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan suasana kerja yang kondusif serta kooperatif untuk mewujudkan kepuasan kerja dan kesejahteraan karyawan.

4.1.3 Struktur organisasi penginapan Saug Aki Nini

Struktur organisasi penginapan dibentuk supaya jelas dipandang antara bagian pada sebuah organisasi, baik kedudukan atau fungsinya. Hal ini bermaksud supaya tiap bagian bisa menjalankan pekerjaan semaksimal mungkin serta sejalan dengan fungsi maupun tugasnya.

Tabel 4. 1 Struktur Karyawan



4.1.4 Produk Kamar Penginapan

Produk yang ditawarkan yaitu:

1. Kamar 1 yakni kamar yang bisa dikatakan mempunyai fasilitas normal contohnya, AC, TV, twin bed dengan harga yang tidak mahal pula yakni Rp.200.000. Kondisi kamarnya terbilang kecil. Pemilik usaha Rukmayadi
2. Kamar 2 yakni kamar bisa dikatakan mempunyai fasilitas normal. Namun mempunyai ruang sedikit lebih luas dibanding kelas melati. fasilitas tersedia antara lain, twin bed, TV serta AC dengan harga Rp.250.000
3. Kamar 3 yakni kamar bisa dikatakan berada pada kategori menengah lewat fasilitas yang mumpuni. Contohnya twin bed, TV, AC serta disediakan shower panas dan dingin dalam kamar mandinya, harganya Rp.300.000
4. Kamar 4 yakni kamar bisa dikatakan paling termewah yang ada di penginapan lebar daun. Fasilitas yang tersedia antara lain, triple bed, TV, AC serta shower panas dan dingin pada kamar mandinya. Diberi harga Rp.350.000.

4.1.5 Data Okupansi

Perbandingan data okupansi penjualan kamar Penginapan Saung Aki Nini dan pesaing sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Data Okupansi Penginapan Saung Aki Nini

| Bulan | Tahun | | | | | | |
|-----------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| Januari | - | 14 | 12 | 10 | 2 | 3 | 6 |
| Februari | - | 8 | 15 | 15 | 5 | 1 | 5 |
| Maret | - | 10 | 11 | 12 | 4 | 2 | 2 |
| April | - | 12 | 16 | 12 | 2 | 2 | 4 |
| Mei | - | 11 | 10 | 14 | 8 | 12 | 13 |
| Juni | - | 24 | 30 | 38 | 4 | 4 | 6 |
| Juli | - | 11 | 14 | 11 | 1 | 2 | 11 |
| Agustus | - | 14 | 12 | 16 | 2 | 5 | - |
| September | 6 | 12 | 17 | 15 | 4 | 2 | - |
| Oktober | 12 | 16 | 14 | 18 | 3 | 1 | - |
| November | 10 | 10 | 12 | 14 | 2 | 3 | - |
| Desember | 20 | 18 | 22 | 18 | 6 | 6 | - |
| Rata-Rata | 12 | 13,34 | 15,42 | 16,09 | 3,59 | 3,59 | 4 |

Tabel 4. 3 Data Okupansi Penginapan Hula-hula

| Bulan | Tahun | | | | | | |
|-----------|-------|-------|------|------|-------|------|-------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| Januari | - | 22 | 10 | 15 | 9 | 29 | 11 |
| Februari | - | 19 | 13 | 14 | 14 | 25 | 12 |
| Maret | - | 17 | 9 | 13 | 13 | 19 | 10 |
| April | - | 25 | 10 | 10 | 13 | 13 | 9 |
| Mei | - | 22 | 13 | 10 | 15 | 23 | 7 |
| Juni | - | 23 | 8 | 12 | 13 | 35 | 14 |
| Juli | - | 26 | 14 | 10 | 9 | 33 | 13 |
| Agustus | - | 26 | 8 | 12 | 14 | 20 | - |
| September | 12 | 28 | 10 | 13 | 15 | 29 | - |
| Oktober | 18 | 18 | 13 | 9 | 13 | 25 | - |
| November | 13 | 22 | 7 | 8 | 11 | 27 | - |
| Desember | 20 | 15 | 11 | 10 | 13 | 12 | - |
| Rata-Rata | 15,75 | 21,42 | 10,1 | 11 | 13,58 | 25,9 | 12,67 |

Tabel 4. 4 Data Okupansi Penginapan Sawarna Resort

| Bulan | Tahun | | | | | | |
|-----------|-------|------|------|------|------|------|------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| Januari | - | 14 | 8 | 12 | 15 | 10 | 12 |
| Februari | - | 12 | 5 | 13 | 14 | 7 | 13 |
| Maret | - | 9 | 8 | 10 | 18 | 14 | 13 |
| April | - | 14 | 10 | 11 | 17 | 13 | 14 |
| Mei | - | 11 | 13 | 14 | 10 | 12 | 11 |
| Juni | - | 17 | 14 | 10 | 11 | 10 | 10 |
| Juli | - | 13 | 11 | 13 | 17 | 7 | 9 |
| Agustus | - | 15 | 9 | 14 | 15 | 7 | - |
| September | 7 | 11 | 8 | 8 | 15 | 15 | - |
| Oktober | 15 | 12 | 7 | 15 | 11 | 14 | - |
| November | 13 | 14 | 10 | 11 | 10 | 13 | - |

| | | | | | | | |
|------------------|--------------|-------------|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Desember | 12 | 15 | 11 | 10 | 13 | 12 | - |
| Rata-Rata | 11,75 | 13,1 | 9,5 | 11,75 | 13,83 | 11,17 | 13,67 |

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menginap di penginapan Saung Aki Nini mengalami penurunan di tahun 2020-2022, sedangkan di penginapan pesaing masih mendapatkan rata-rata menginap yang masih tinggi.

4.2 Pengumpulan data

Penyebaran kuesioner terbuka dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apa saja keluhan yang dirasakan pelanggan ketika menggunakan jasa pelayanan di penginapan Saung Aki Nini. Hasil dari rekap kuesioner terbuka yang telah diisi oleh pelanggan dan hasil diskusi yang dilakukan dengan pihak-pihak internal yang berhubungan serta mempunyai kepentingan dalam hal kepuasan pelanggan di penginapan Saung Aki Nini, memperoleh 8 atribut pernyataan dan referensi penelitian sebelumnya terkait dengan kualitas pelayanan memperoleh 12 atribut pernyataan sehingga total keseluruhan atribut pernyataan yang digunakan dalam pengukuran sebanyak 20 pernyataan, dimana atribut-atribut tersebut akan diterjemahkan ke dalam bentuk kuesioner. Penghimpunan data dilangsungkan lewat mendistribusikan kuesioner ke sejumlah 40 responden dengan wujud pernyataan-pernyataan terkait harapan, kinerja, dan minimum yang tersedia di Penginapan Saung Aki Nini. Keseluruhan kuesioner kembali dan responden sudah mengisi kuesioner dengan benar dan menurut panduan pengisian. Atribut-atribut pertanyaan seperti di bawah ini:

Tabel 4. 5 Tabel Kuesioner

| PERNYATAAN | | SUMBER |
|-----------------------|---|----------------------|
| Tangible | | |
| 1 | Bangunan serta interior yang ada di Penginapan bagus dan menarik | (Krishardanto, 2016) |
| 2 | Penginapan bersih dan nyaman | (Krishardanto, 2016) |
| 3 | Penginapan memiliki fasilitas yang lengkap | (Krishardanto, 2016) |
| 4 | Karyawan berpenampilan bersih dan rapi | (Krishardanto, 2016) |
| Reliability | | |
| 5 | Pihak penginapan memberikan layanan sesuai dengan prosedur | (Krishardanto, 2016) |
| 6 | Segala sesuatu yang telah diberikan pihak hotel dapat berkenan di hati pelanggan | |
| 7 | Pelayanan yang diberikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan | (Nuha, 2014) |
| 8 | Pihak penginapan memberikan pengetahuan tentang fasilitas kamar dengan baik | (Krishardanto, 2016) |
| Responsiveness | | |
| 9 | Karyawan penginapan tanggap terhadap keluhan pelanggan | (Krishardanto, 2016) |
| 10 | Pihak penginapan cepat tanggap dalam menyelesaikan masalah jika terjadi masalah | (Nuha, 2014) |
| 11 | Kesediaan karyawan dalam membantu pelanggan | (Krishardanto, 2016) |
| 12 | Pihak penginapan tanggap saat terjadi keberisikan pengunjung lain | (Krishardanto, 2016) |
| Assurance | | |
| 13 | Karyawan penginapan ramah dalam melayani pelanggan | (Nuha, 2014) |
| 14 | Penginapan ini mempunyai karyawan yang memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani pelanggan | (Krishardanto, 2016) |
| 15 | Karyawan penginapan dapat memberikan rasa percaya kepada pelanggan untuk menangani masalah yang dihadapi pelanggan sehingga pelanggan | (Nuha, 2014) |
| 16 | Pihak penginapan selalu menyapa pengunjung | (Nuha, 2014) |
| Emphaty | | |
| 17 | Karyawan penginapan mengetahui akan keinginan pelanggan dengan tepat | (Krishardanto, 2016) |
| 18 | Karyawan penginapan mampu memberikan informasi tentang sarana dan prasarana dengan baik | (Krishardanto, 2016) |
| 19 | Tersedianya layanan keluhan bagi pelanggan | (Krishardanto, 2016) |
| 20 | Tersedianya sebuah panggilan darurat dalam kamar | (Krishardanto, 2016) |

4.2.1 Profil Responden

1. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. 6 Profil Responden

| PEKERJAAN | FREKUENSI | PRESENTASE |
|----------------|-----------|------------|
| PEGAWAI NEGERI | 4 | 10% |
| PEGAWAI SWASTA | 20 | 50% |
| MAHASISWA | 6 | 15% |
| WIRASWASTA | 10 | 25% |
| JUMLAH | 40 | 100% |

Dari tabel diatas merupakan data profil responden yang menginap di Penginapan Saung Aki Nini dengan disebarkan ketika pengunjung hendak *check out* dari Penginapan Saung Aki Nini. Tabel tersebut memperlihatkan bahwasannya responden yang mempunyai pekerjaan sebagai Pegawai Negeri sejumlah 4 orang (10%), Responden yang mempunyai pekerjaan wiraswasta sejumlah 6 orang (15%), serta sejumlah 20 orang (50%) mempunyai pekerjaan pegawai swasta. Bisa diambil simpulan, Kebanyakan responden pada penelitian ini bekerja sebagai Pegawai Swata, yakni sejumlah 20 orang.

4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4. 7 Umur Responden

| UMUR | FREKUENSI | PRESENTASE |
|-------------|-----------|------------|
| 17-20 tahun | 10 | 25% |
| 20-30 tahun | 15 | 37,5% |
| 30-60 tahun | 15 | 37,5% |
| JUMLAH | 40 | 100% |

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang umur 17 tahun sampai 20 tahun sebanyak 10 orang (25%), responden yang berumur 20 th sampai 30 ada 15 orang (37,5%), responden yang ber umur 30 tahun sampai 60 tahun ada 15 orang (37,5%). Bisa diambil simpulan bahwasannya umur responden paling banyak dalam penelitian ialah 20 sampai dengan 60 tahun, yakni sejumlah 15 orang.

4.3 Pengolahan Data

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas serta reliabilitas di sini memakai 40 responden terlebih dulu, cara mencari besaran r tabel melalui responden (N) = 40 orang, maka

besaran $df = 40 - 2 = 38$. Signifikansi 5% merupakan taraf signifikansi yang dipakai dalam distribusi besaran r tabel statistik. Sehingga didapatkan besaran r tabel sejumlah 0,320. Memperhatikan besaran Signifikansi (Sig.) maka bila melihat besaran signifikansi $< 0,05 = \text{valid}$. Keseluruhan butir pertanyaan tingkat kinerja serta tingkat Harapan dan Tingkat pelayanan paling rendah mempunyai besaran r hitung lebih dari r tabel yakni sejumlah 0,320 artinya bisa diambil simpulan, seluruh butir pertanyaan dalam kuesioner dikatakan valid (dapat dipakai guna mengukur yang ingin diukur). Bisa diamati dalam tabel 4.8.

Tabel 4.8 Uji Validitas Tingkat Minimum, Harapan, Kinerja

| Atribut | Validitas Tingkat Minimum r hitung | Validitas Tingkat Harapan r hitung | Validitas Tingkat Kinerja r hitung | Hasil r table | Keterangan |
|---------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|------------------|------------|
| 1 | 0.594 | 0.501 | 0.374 | 0.320 | Valid |
| 2 | 0.719 | 0.682 | 0.462 | 0.320 | Valid |
| 3 | 0.398 | 0.438 | 0.557 | 0.320 | Valid |
| 4 | 0.719 | 0.533 | 0.789 | 0.320 | Valid |
| 5 | 0.574 | 0.593 | 0.324 | 0.320 | Valid |
| 6 | 0.460 | 0.637 | 0.487 | 0.320 | Valid |
| 7 | 0.818 | 0.343 | 0.712 | 0.320 | Valid |
| 8 | 0.702 | 0.637 | 0.744 | 0.320 | Valid |
| 9 | 0.476 | 0.343 | 0.456 | 0.320 | Valid |
| 10 | 0.846 | 0.495 | 0.744 | 0.320 | Valid |
| 11 | 0.722 | 0.424 | 0.412 | 0.320 | Valid |
| 12 | 0.628 | 0.501 | 0.323 | 0.320 | Valid |
| 13 | 0.719 | 0.658 | 0.462 | 0.320 | Valid |
| 14 | 0.574 | 0.354 | 0.535 | 0.320 | Valid |
| 15 | 0.460 | 0.793 | 0.521 | 0.320 | Valid |
| 16 | 0.818 | 0.671 | 0.364 | 0.320 | Valid |
| 17 | 0.520 | 0.495 | 0.767 | 0.320 | Valid |
| 18 | 0.550 | 0.424 | 0.738 | 0.320 | Valid |
| 19 | 0.540 | 0.467 | 0.732 | 0.320 | Valid |
| 20 | 0.574 | 0.397 | 0.435 | 0.320 | Valid |

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen yang akan digunakan dalam penelitian tersebut akan memberikan hasil yang sama meskipun di ulang-ulang. Penelitian uji reliabilitas ini menggunakan Cronbach's Alpha. jika nilai korelasi $> 0,6$ maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel. Nilai korelasi output spss dapat dilihat dari reliabilityStatistics pada kolom Cronbach's Alpha untuk tingkat kinerja, tingkat Harapan dan tingkat minimal pelayanan yang bisa diamati dalam tabel 4.9.

Tabel 4. 9 Uji Reabilitas

| | <i>Cronbach's Alpha</i> | R kritis | N Of Item |
|---------------------------|-------------------------|----------|-----------|
| Validitas Tingkat Minimum | 0.910 | 0.6 | 20 |
| Validitas Tingkat Harapan | 0.844 | 0.6 | 20 |
| Validitas Tingkat Kinerja | 0.814 | 0.6 | 20 |

4.4 Metode Zone Of Tolerance

Berikut merupakan pengolahan data kuesioner yang mengingap di Penginapan Saung Aki Nini:

4.4.1 Pengolahan Data *Zone of Tolerace* (ZOT)

Dalam menentukan nilai *Zone of Tolerace* (ZOT) pada penginapan Saung Aki Nini, untuk perhitungan yang dilakukan dengan cara megurangi pelayanan dengan pelayanan atribut pada setiap atribut. Adapun rumus dan contoh perhitungan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata tingkat layanan Harapan} &= \frac{\text{Total layanan harapan atribut 1}}{\text{Jumlah Responden}} \\ &= \frac{113}{40} \\ &= 2.82 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata tingkat layanan Kinerja} &= \frac{\text{Total layanan kinerja atribut 1}}{\text{Jumlah Responden}} \\ &= \frac{136}{40} \\ &= 3.4 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata tingkat layanan Minimum} &= \frac{\text{Total layanan minimum atribut 1}}{\text{Jumlah Responden}} \\ &= \frac{76}{40} \\ &= 1.9 \end{aligned}$$

MSA = pelayanan kinerja – pelayanan minimum

$$\begin{aligned} \text{MSA Atribut 1} &= 3.40 - 1.90 \\ &= 1.50 \end{aligned}$$

MSS = pelayanan kinerja – pelayanan harapan

$$\text{MSS Atribut 1} = 3.40 - 2.82$$

$$= 0.58$$

$$\text{Zone of Tolerance} = \frac{\text{MSA}}{(\text{Pelayanan harapan} - \text{Pelayanan minimum})}$$

$$\text{Atribut 1} = \frac{1.50}{(2.85 - 1.90)}$$

$$= 1.578$$

Tabel 4. 10 Hasil Perhitungan Zone of Tolerance

| Atribut | Rata-rata Tingkat pelayanan Harapan | Rata-rata Tingkat pelayanan Kinerja | Rata-rata Tingkat pelayanan Minimum | MSA | MSS | ZOT |
|---------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------|-------|-------|
| 1 | 2.82 | 3.40 | 1.90 | 1.50 | 0.58 | 1.57 |
| 2 | 2.85 | 2.12 | 3.02 | -0.9 | -0.73 | -0.52 |
| 3 | 2.63 | 2.82 | 3.25 | -0.43 | 1.19 | -0.58 |
| 4 | 2.90 | 2.87 | 3.02 | -0.15 | -0.03 | 1.63 |
| 5 | 1.85 | 2.72 | 3.05 | -0.33 | 0.87 | 5.29 |
| 6 | 3.00 | 2.90 | 3.30 | -0.4 | -0.1 | 0.69 |
| 7 | 3.12 | 1.90 | 2.70 | -0.8 | 1.22 | 1.25 |
| 8 | 3.00 | 3.02 | 3.20 | -0.18 | 0.02 | 0.275 |
| 9 | 3.12 | 3.25 | 3.37 | -0.12 | 0.13 | 1.33 |
| 10 | 3.37 | 3.02 | 2.72 | 0.3 | -0.35 | -1.90 |
| 11 | 2.12 | 3.05 | 3.22 | -0.17 | 0.93 | 0.9 |
| 12 | 2.82 | 3.30 | 2.28 | 3.3 | 0.48 | 0.48 |
| 13 | 2.82 | 2.15 | 3.02 | -0.87 | -0.67 | 0.46 |
| 14 | 3.45 | 2.77 | 3.05 | -0.28 | -0.68 | 0.15 |
| 15 | 2.70 | 2.82 | 3.30 | -0.48 | 0.12 | 6.11 |
| 16 | 3.20 | 3.30 | 2.70 | 0.6 | 0.1 | 4.35 |
| 17 | 3.37 | 2.72 | 2.63 | 0.09 | -0.65 | 1.2 |
| 18 | 2.12 | 3.22 | 2.90 | 0.32 | 1.1 | 0.12 |
| 19 | 2.85 | 2.28 | 1.85 | 0.43 | -0.57 | -0.41 |
| 20 | 2.65 | 3.32 | 3.05 | -3.01 | 0.67 | 0.99 |

Berdasarkan tabel tersebut ditemui empat atribut layanan yang besaran ZOT nya negatif. Hal itu memperlihatkan, pelanggan masih belum puas terhadap layanan yang diberikan. Tetapi, ada tiga atribut layanan, yang memiliki besaran MSA positif dan besaran MSS negatif. Ketiga atribut itu termasuk dalam *Zone of Tolerance* yang mempunyai makna, pelayanan yang didapat pelanggan dalam tiga atribut layanan itu masih bisa diterima atau ditoleransi. Tiga atribut itu seperti pihak penginapan cepat tanggap dalam menyelesaikan masalah jika terjadi masalah, karyawan penginapan mengetahui akan keinginan pelanggan dengan tepat, dan tersedianya layanan keluhan bagi pelanggan. Sementara, 13 atribut sisanya, besaran MSA-nya negatif. Artinya, tidak dapat ditoleransi oleh pelanggan.

4.5 Metode Kano

Langkah pertama guna mengelompokkan atribut layanan pada metode kano, ialah mengelompokkan pertanyaan responden menurut pengelompokan pertanyaan *disfunctional* dan *functional*. Guna mengelompokkan atribut setiap responden, dipakai tabel evaluasi Kano seperti tabel:

Tabel 4. 11 Klasifikasi atribut layanan metode Kano

| Kebutuhan Konsumen | | <i>Disfunctional</i> | | | | |
|--------------------|---------------|----------------------|---------|--------|-----------|------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | Suka | Harapan | Netral | Toleransi | Tidak Suka |
| <i>Functional</i> | 1. Suka | Q | A | A | A | O |
| | 2. Harapan | R | I | I | I | M |
| | 3. Netral | R | I | I | I | M |
| | 4. Toleransi | R | I | I | I | M |
| | 5. Tidak Suka | R | R | R | R | Q |

Keterangan :

Tabel 4. 12 Keterangan Atribut Kano

| | |
|--------------------------------|-----------------------------|
| 1 – 1 = <i>Questionable</i> | 3 – 4 = <i>Indifferent</i> |
| 1 – 2 = <i>Attractive</i> | 3 – 5 = <i>Must Be</i> |
| 1 – 3 = <i>Attractive</i> | 4 – 1 = <i>Reverse</i> |
| 1 – 4 = <i>Attractive</i> | 4 – 2 = <i>Indifferent</i> |
| 1 – 5 = <i>One Dimensional</i> | 4 – 3 = <i>Indifferent</i> |
| 2 – 1 = <i>Reverse</i> | 4 – 4 = <i>Indifferent</i> |
| 2 – 2 = <i>Indifferent</i> | 4 – 5 = <i>Must Be</i> |
| 2 – 3 = <i>Indifferent</i> | 5 – 1 = <i>Reverse</i> |
| 2 – 4 = <i>Indifferent</i> | 5 – 2 = <i>Reverse</i> |
| 2 – 5 = <i>Must Be</i> | 5 – 3 = <i>Reverse</i> |
| 3 – 1 = <i>Reverse</i> | 5 – 4 = <i>Reverse</i> |
| 3 – 2 = <i>Indifferent</i> | 5 – 5 = <i>Questionable</i> |
| 3 – 3 = <i>Indifferent</i> | |

Berikut adalah contoh perhitungan dan hasil Klarifikasi masing-masing kategori Kano dalam tiap atribut bisa dilihat pada tabel:

Tabel 4. 13 Hasil Klarifikasi Masing-masing Kategori Kano Dalam Tiap Atribut

| NO | A | O | I | M | TOTAL | KATEGORI |
|-------|-----|-----|-----|-----|-------|----------|
| 1 | 8 | 7 | 7 | 18 | 40 | M |
| 2 | 20 | 3 | 8 | 9 | 40 | A |
| 3 | 9 | 6 | 5 | 20 | 40 | M |
| 4 | 20 | 2 | 10 | 8 | 40 | A |
| 5 | 8 | 7 | 10 | 15 | 40 | M |
| 6 | 20 | 5 | 7 | 8 | 40 | A |
| 7 | 6 | 5 | 9 | 20 | 40 | M |
| 8 | 7 | 20 | 8 | 5 | 40 | O |
| 9 | 9 | 5 | 7 | 19 | 40 | M |
| 10 | 20 | 6 | 6 | 8 | 40 | A |
| 11 | 10 | 3 | 20 | 7 | 40 | I |
| 12 | 11 | 5 | 20 | 4 | 40 | I |
| 13 | 12 | 5 | 3 | 20 | 40 | M |
| 14 | 12 | 3 | 7 | 20 | 40 | M |
| 15 | 5 | 5 | 10 | 20 | 40 | M |
| 16 | 8 | 20 | 8 | 4 | 40 | O |
| 17 | 11 | 5 | 4 | 20 | 40 | M |
| 18 | 7 | 6 | 7 | 20 | 40 | M |
| 19 | 8 | 5 | 20 | 7 | 40 | I |
| 20 | 10 | 5 | 7 | 18 | 40 | M |
| TOTAL | 221 | 128 | 176 | 270 | 800 | |

Pada kategori kano, kategori pertama yang wajib ditinggikan ialah kategori *must be*. Kategori ini selaku dasar yang wajib tersemat dalam suatu jasa atau produk. Selanjutnya kategori yang wajib dipertahankan ialah kategori *one dimensional*. Pada kategori ini, adanya suatu layanan bisa memberi pengaruh ke tingkat kepuasan konsumen. Kategori berikutnya yang begitu wajib diberi perhatian ialah *attractive*, sebab supaya tercipta layanan yang jauh melebihi harapan konsumen serta dalam usaha meningkatkan layanan. Kategori kano dalam setiap atribut setiap dimensi yakni:

a. *Must be*

Kategori ini dipandang sebagai syarat mutlak bagi konsumen, karena mereka menganggap kategori ini sudah semestinya ada sehingga jika kategori ini tidak ada maka tidak memuaskan mereka. Atribut yang termasuk dalam kategori *must be* adalah:

Tabel 4. 14 Atribut Kategori *Must Be*

| No | Dimensi | Atribut | Kategori Kano |
|----|-----------------------|---|----------------|
| 1 | <i>Tangible</i> | Bangunan serta interior yang ada di Penginapan bagus dan menarik | <i>Must Be</i> |
| 2 | | Penginapan memiliki fasilitas yang lengkap | |
| 3 | <i>Reliability</i> | Pihak penginapan memberikan layanan sesuai dengan prosedur | |
| 4 | | Pelayanan yang diberikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan | |
| 5 | <i>Responsiveness</i> | Karyawan penginapan tanggap terhadap keluhan pelanggan | |
| 6 | <i>Assurance</i> | Karyawan penginapan ramah dalam melayani pelanggan | |
| 7 | | Penginapan ini mempunyai karyawan yang memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani pelanggan | |
| 8 | | Karyawan penginapan dapat memberikan rasa percaya kepada pelanggan untuk menangani masalah yang dihadapi pelanggan sehingga pelanggan | |
| 9 | <i>Emphaty</i> | Karyawan penginapan mengetahui akan keinginan pelanggan dengan tepat | |
| 10 | | Karyawan penginapan mampu memberikan informasi tentang sarana dan prasarana dengan baik | |
| 11 | | Tersedianya sebuah panggilan darurat dalam kamar | |

Tabel tersebut merupakan atribut yang masuk dalam kategori *Must Be*. Pada kategori ini yakni A1, A3, A5, A7, A9, A13, A14, A15, A17, A18, A20. Kategori ini berarti atribut kualitas yang harus dipenuhi. Apabila atribut ini tidak ada atau tidak dipenuhi maka pelanggan akan menjadi sangat tidak puas.

b. *One Dimensional*

Pada kategori ini, kepuasan konsumen sebanding dengan kinerja atribut. Kian tinggi kinerja atribut, artinya makin tinggi juga kepuasan konsumen, begitu juga kebalikannya.

Tabel 4. 15 Atribut Kategori *One Dimensional*

| No | Dimensi | Atribut | Kategori Kano |
|----|--------------------|---|------------------------|
| 1 | <i>Reliability</i> | Pihak penginapan memberikan pengetahuan tentang fasilitas kamar dengan baik | <i>One Dimensional</i> |
| 2 | <i>Assurance</i> | Pihak penginapan selalu menyapa pengunjung | |

Tabel tersebut merupakan atribut yang masuk dalam kategori *One Dimensional* yakni A8, A16. Pada kategori *One-dimensional* ini, tingkat kepuasan pelanggan berhubungan linier dengan kinerja atribut. Yang artinya jika kualitas atau kinerja atribut layanan tersebut baik maka tingkat kepuasan pelanggan akan tinggi juga, begitupun sebaliknya jika tingkat kualitas atau kinerja atribut layanan tersebut rendah maka tingkat kepuasan pelanggan akan rendah juga.

c. *Attractive*

Kategori *Attractive* merupakan kriteria produk atau layanan yang besar pengaruhnya pada kepuasan konsumen bila dijalankan. Kategori ini tak diharuskan ada serta tidak juga diharapkan oleh konsumen. Peningkatan kepuasan konsumen yang sangat tinggi akan ditimbulkan dalam pemenuhan kategori ini. Tetapi jika tidak dipenuhi, tidak menjadi sebab turunnya tingkat kepuasan. Pada Tabel bisa diamati atribut yang masuk dalam kategori *Attractive*:

Tabel 4. 16 Atribut Kategori *Attractive*

| No | Dimensi | Atribut | Kategori Kano |
|----|-----------------------|---|-------------------|
| 1 | <i>Tangible</i> | Penginapan bersih dan nyaman | <i>Attractive</i> |
| 2 | | Karyawan penginapan berpenampilan bersih dan rapi | |
| 3 | <i>Responsiveness</i> | Pihak penginapan cepat tanggap dalam menyelesaikan masalah jika terjadi masalah | |

Tabel tersebut merupakan atribut yang masuk dalam *Attractive* yakni A2, A4, A10. Pada kategori *Attractive* ini, suatu atribut yang menjadi sebab puasnya pelanggan apabila dijalankan peningkatan kinerja atribut serta jika ada atribut yang mengalami penurunan, maka tak menjadi sebab tingkat kepuasan menurun.

d. *Indifferent*

Pada kategori *Indifferent*, merupakan kategori dimana pelanggan acuh tak acuh terhadap fasilitas, dan tidak peduli apakah fasilitas tersebut ada atau tidak ada dan tidak membuat nyata dalam reaksi kepuasan terhadap fasilitas tersebut.

Tabel 4. 17 Atribut Kategori *Indifferent*

| No | Dimensi | Atribut | Kategori Kano |
|----|-----------------------|---|--------------------|
| 1 | <i>Responsiveness</i> | Kesediaan karyawan dalam membantu pelanggan | <i>Indifferent</i> |
| 2 | | Pihak penginapan tanggap saat terjadi keberisikan pengunjung lain | |
| 3 | <i>Emphaty</i> | Tersedianya layanan keluhan bagi pelanggan | |

Tabel tersebut merupakan atribut yang masuk dalam *Attractive* yakni A11, A12, A19. Pada kategori *Indifferent* ini, Sifat atribut yang tak memberi dampak ke buruk baiknya layanan. apabila layanan buruk, pelanggan tak merasakan kecewa. Tetapi tidak akan merasa puas juga bila terjadi peningkatan layanan.

4.6 Rekomendasi

Dari hasil yang telah disebutkan, maka sebaiknya perusahaan melakukan perbaikan dengan urutan sebagai berikut:

1. Perbaikan kategori *Must Be* diutamakan, karena dipandang sebagai syarat mutlak bagi konsumen. Mereka menganggap kategori ini sudah semestinya ada sehingga jika kategori ini tidak ada maka tidak memuaskan mereka.
2. Perbaikan kategori *One Dimensional* perlu dilakukan, karena pada kategori ini kepuasan konsumen sebanding dengan kinerja atribut. Kian tinggi kinerja atribut, artinya makin tinggi juga kepuasan konsumen, begitu juga kebalikannya.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *Zone Of Tolerance* Dan Kano Dalam Upaya Peningkatan Layanan Jasa Penginapan sebagai berikut:

1. Nilai MSA nya negatif. Hal ini memperlihatkan bahwasannya pelanggan masih belum puas terhadap layanan yang diberikan. Namun, terdapat tiga atribut layanan, yang memiliki nilai MSA positif serta nilai MSS negatif. Ketiga atribut ini termasuk *zone of tolerance* yang berarti layanan yang diperoleh pelanggan dalam tiga atribut layanan itu masih bisa ditoleransi atau diterima pelanggan.
2. Tiga atribut itu seperti “pihak penginapan cepat tanggap dalam menyelesaikan masalah jika terjadi masalah, karyawan penginapan mengetahui akan keinginan pelanggan dengan tepat, dan tersedianya layanan keluhan bagi pelanggan”. Sementara, 13 atribut lainnya nilai MSA besarnya negatif. Maksudnya pelanggan sudah tidak bisa mentoleransi. Atribut yang diutamakan supaya dibenahi yakni pelayanan yang diberikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
3. Pada kategori kano, kategori pertama yang harus ditingkatkan adalah kategori *must be*. Pada kategori ini merupakan kategori dasar yang harus melekat dalam sebuah produk ataupun jasa. Kemudian kategori yang harus dipertahankan adalah kategori *one dimensional*. Dalam kategori ini, keberadaan suatu layanan akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Selanjutnya kategori yang harus sangat diperhatikan adalah kategori *attractive*, karena untuk menghasilkan layanan yang melampaui harapan konsumen juga dalam usaha pengembangan layanan. Sedangkan kategori *indifferent*, tidak terlalu diperhatikan konsumen dan jika dilakukan peningkatan tidak membuat kecewa.

5.2 Saran

Penulis sadar masih ada keterbatasan yang timbul dalam pelaksanaan penelitian. Dengan demikian, hasil penelitian ini belum disebut sempurna. Meski demikian penelitian ini diharapkan bisa memberi sumbangsih. Sesuai dengan apa yang diperoleh dari penelitian, ada hal lebih jauh yang sebaiknya dilaksanakan antara lain:

1. Dalam rangka Kualitas Pelayanan, penginapan harus memberi perhatian pada kualitas karyawan, supaya mereka dapat menaikkan kesadaran serta pengetahuan kaitannya dengan memberi pelayanan secara presisi (berdasarkan yang diminta pelanggan) serta sejalan dengan semboya penginapan .
2. Dalam rangka Fasilitas, penginapan harus terus memberi perhatian pada sejumlah fasilitas yang diperlukan konsumen atau menyimak saran, supaya fasilitas yang diharapkan konsumen senantiasa tercipta demi keberhasilan penginapan .
3. Mengenai Harga, yang patut mejadi perhatian ialah harmoni antara pelayanan yang diberi dengan harga yang konsumen keluarkan. Dikelola supaya konsumen merasa sepadan dengan apa yang mereka peroleh menurut nominal uang, serta dapat memberi potongan harga kamar maupun event-event tertentu.
4. Dalam rangka Kepuasan Konsumen, penginapan harus memberi layanan yang paling maksimal, juga menyediakan fasilitas yang baik tanpa meninggikan harga. Hal yang demikian dapat menimbulkan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Cavana, R. Y., Corbett, L. M., & Io, Y. L. G. (2007). Developing zones of tolerance for managing passenger rail service quality. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 24(1), 7–31. <https://doi.org/10.1108/02656710710720303>
- Devina, L., & Aritonang, Y. M. K. (2013). Model Integrasi Metode Zone of Tolerance, Kano, dan Lean Six Sigma untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Online Shop. *Model Integrasi Metode Zone of Tolerance, Kano, Dan Lean Six Sigma Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Online Shop*, 2(1), 12–21. <https://doi.org/10.26593/jrsi.v2i1.332.12-21>
- Diah Dharmayanti, & Zeplin Jiwa Husada Tarigan. (2010). Korelasi Zone-Of-Tolerance Pada Service Quality Terhadap Customer Value Di PMK (Pemadam Kebakaran) Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(2), pp.170-176. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/18174>
- Ekasari, R., Pradana, M. S., Adriansyah, G., Prasnowo, M. A., Rodli, A. F., & Hidayat, K. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Puskesmas Dengan Metode Servqual. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 9(1), 82. <https://doi.org/10.30739/darussalam.v9i1.118>
- Havid, A. A., Sari, D. P., & Nugroho, W. P. S. (2016). Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Fasilitas Dan Layanan Karyawan Di Teknik Industri Universitas Diponegoro Dengan Zone of Tolerance Dan Quality Function Deployment. *Industrial Engineering Online Journal*, 5(1), 198064. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/10853>
- Johnston, R. (1995). The zone of tolerance Exploring the relationship between service transactions and satisfaction with the overall service. *International Journal of Service Industry Management*, 6(2), 46–61. <https://doi.org/10.1108/09564239510084941>
- Krishardanto, D. (2016). ANALISIS PENGARUH KEPUASAN, KUALITAS

LAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KUNJUNGAN ULANG DAN POSITIF WORD OF MOUTH (Studi pada Tamu Hotel Kategori Bintang 3 di Yogyakarta). *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 6(August), 128.

Kusumawati, H., & Wawolumaja, R. (2014). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Pemetaan Zone of Tolerance (Studi Kasus "Saung Angklung Udjo"). *Jurnal Ilmiah Universitas Kristen Maranatha*, 3(11), 1–84.

Mustofa, M. I. (2021). Evaluasi Kepuasan Pengguna Website dengan Kano Model. *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT (JPIT)*, 6(2), 81–86. http://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/informatika/article/view/2760/pdf_82

Nuha, I. U. (2014). *Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Zone Of Tolerance Dan Kano Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Jasa Perhotelan (Studi Kasus Di University Hotel, Yogyakarta)*. 12(2007), 703–712. <https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-hareketli-hayat-db/Yayinlar/kitaplar/diger-kitaplar/TBSA-Beslenme-Yayini.pdf>

Pujotomo, D., & Sari, R. (2017). Analisis Perbandingan Kualitas Layanan Bengkel Ahas Di Semarang Menggunakan Metode Competitive Zone of Tolerance Based Importance-Performance Analysis (Czipa) (Studi Kasus: Bengkel Ahas Sahabat Sejati Dan Ahas Naga Sakti Di Semarang). *Seminar Dan Konferensi Nasional IDEC 2017 ISSN: 2579-6429 Surakarta, 8-9 Mei 2017*, 6(2), 8–9.

Sahfitri, V., & Yulianingsih, E. (2015). Kualitas layanan sistem informasi akademik menggunakan metode kano. *Jurnal Ilmiah MATRIX*, 17(3), 151–162.

Shoeb, Z. H. (2011). Identifying service superiority, zone of tolerance and underlying dimensions: Service quality attributes in a private university library in Bangladesh. *Library Review*, 60(4), 293–311. <https://doi.org/10.1108/00242531111127857>

Wu, L. W. (2011). Satisfaction, inertia, and customer loyalty in the varying levels of the zone of tolerance and alternative attractiveness. *Journal of Services*

Marketing, 25(5), 310–322. <https://doi.org/10.1108/08876041111149676>

Yap, K. B., & Sweeney, J. C. (2007). Zone-of-tolerance moderates the service quality-outcome relationship. *Journal of Services Marketing*, 21(2), 137–148. <https://doi.org/10.1108/08876040710737895>

