

ABSTRAK

Hotel Inna Tretes merupakan perusahaan BUMN yang bergerak di bidang jasa perhotelan yang berlokasi di kawasan wisata Tretes. Hotel Inna Tretes menawarkan fasilitas hotel berskala bintang tiga. Persaingan yang ketat antar hotel menyebabkan adanya tren menurun terhadap tingkat okupansi hotel. Dengan adanya tingkat persaingan antar hotel yang semakin ketat dan banyaknya jumlah keluhan konsumen mengenai pelayanan yang diberikan seperti keramahan karyawan, ketidaklengkapan perlengkapan fasilitas kamar mandi maka Hotel Inna Tretes berusaha meningkatkan kualitas layanannya. Untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis hotel, maka Hotel Inna Tretes harus dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi perbaikan guna meningkatkan kualitas pelayanan di Hotel Inna Tretes. Penelitian ini menggunakan analisis *gap* melalui metode Servqual dengan menggunakan dimensi khusus hotel yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pelanggan dan manajemen Hotel Inna Tretes. Dari hasil penyebaran kuesioner maka dapat diketahui ekspektasi dan persepsi pelanggan mengenai layanan yang diberikan Hotel Inna Tretes. Grand mean dari tiap dimensi untuk ekspektasi pelanggan adalah 4,488 untuk dimensi *Tangibles*, 4,369 untuk dimensi *Adequacy in Service Supply*, 4,515 untuk dimensi *Understanding and Caring*, 4,558 untuk dimensi *Assurance*, 4,661 untuk dimensi *Convenience*. Pada bagian persepsi pelanggan, didapat grand mean dari tiap dimensi adalah 4,447 untuk dimensi *Tangibles*, 4,246 untuk dimensi *Adequacy in Service Supply*, 4,550 untuk dimensi *Understanding and Caring*, 4,497 untuk dimensi *Assurance*, 4,365 untuk dimensi *Convenience*. Penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan Hotel Inna Tretes terbagi menjadi 2 kelompok pelanggan yaitu pelanggan bisnis dan pelanggan rekreasi. Hal ini bertujuan untuk mengetahui tingkat ekspektasi dan persepsi pelanggan bisnis dan pelanggan rekreasi. Untuk pelanggan bisnis, tingkat persepsi tertinggi pada variabel kebersihan kamar tidur (*mean* = 4,76). Sedangkan tingkat ekspektasi tertinggi pada variabel *receptionist* melayani pelanggan dengan cekatan (*mean* = 4,85). Untuk pelanggan rekreasi, tingkat persepsi tertinggi pada variabel keramahan dan kesopanan *room boy* dan *waitress* (*mean* = 4,78). Sedangkan tingkat ekspektasi tertinggi pada variabel *room boy* melayani pelanggan dengan cekatan, profesionalisme kerja *waitress*, ketanggapan *waitress* terhadap keluhan konsumen (*mean* = 4,78).

Analisis *Crosstabs* memperlihatkan bahwa latar belakang yang mempengaruhi kelompok pelanggan adalah jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan domisili. Pada analisis *Manova* terlihat bahwa terdapat perbedaan *mean* antara kelompok pelanggan bisnis dan pelanggan rekreasi untuk tingkat harapan yang terletak pada variabel kerapian dan kesopanan pakaian *room boy* dan *waitress*, *receptionist* melayani konsumen dengan cekatan, kebersihan kamar tidur dan kamar mandi dalam, keramahan dan kesopanan *room boy* dan *waitress*, tempat parkir yang aman, jaminan keamanan barang konsumen, dan ketanggapan *receptionist* terhadap keluhan konsumen. Selanjutnya, dengan analisis kuadran diketahui variabel-variabel yang menjadi prioritas perbaikan, baik untuk pelanggan bisnis maupun pelanggan rekreasi. Variabel-variabel yang menjadi prioritas perbaikan untuk kelompok pelanggan bisnis yaitu citarasa makanan restoran, pelayanan yang cepat dari restoran, kesesuaian fasilitas kamar yang tertera pada brosur, kelengkapan fasilitas kamar mandi, variasi menu makanan dari restoran hotel, dan ketanggapan *room boy* dan *waitress* terhadap keluhan konsumen. Sedangkan prioritas perbaikan untuk kelompok pelanggan rekreasi yaitu kelengkapan fasilitas kamar mandi, ketanggapan *receptionist*, *room boy* dan *waitress* terhadap keluhan konsumen.

Melalui pendekatan QFD dapat diperoleh faktor yang perlu diprioritaskan untuk dilaksanakan oleh pihak manajemen Hotel Inna Tretes sesuai keinginan pelanggan. Pada kelompok pelanggan bisnis maupun rekreasi yaitu membuat standar kualitas layanan dan memberikan *training* standar kualitas layanan dengan nilai *importance of the hows* 389,8 dan 450,5.

Kata kunci : Kualitas, *Servqual*, QFD