

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DI WISMA WERDAPURA
SANUR DI DENPASAR (sebelum dan sesudah pelatihan)**

**Agung Permana Budi
Dosen : STPBI Denpasar**

ABSTRACTION

Wisma Werdahapura currently in the introduction stage and has not gained much market share as long as this always depends on the segment of domestic guests are dominated by the government. The room occupancy rate for the first year target achieved was 50%, with average growth of 8.80% per year, then at the end of the five-room occupancy rate is expected to be achieved by 70%. In addition to the room occupancy rate to be achieved over the next five years, continues to increase, average daily room rate or the average room rate for the next five years are also targeted to increase.

The following is in response to the findings of the research problem that was formulated in the form of conclusions. Front office services (X1), service-housekeeping procedures (X2), MICE services (X3), eating and drinking services (X4), recreation facilities and services (X5) affect customer satisfaction (Y) both before and after training at Wisma Werdapura , this is indicated by a significant degree on average close to 1 (one) in each variable.

The training provides improved scores against the front office services (X1), service-housekeeping procedures (X2), MICE services (X3), eating and drinking services (X4), recreation facilities and services (X5) as shown by the average - average score before the given 2:44 while training for the training given an average score obtained by 4:12 indicates that training is an effective tool to improve service to customers so that customers become dissatisfied
Keyword: Service Quality, Customer Satisfaction

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Wisma Werdhapura sebagai sarana layanan akomodasi yang berupa usaha jasa pelayanannya diarahkan kepada pelayanan prima setaraf pelayanan hotel berbintang lima. Werdhapura yang terletak di daerah Sanur yang mana Sanur merupakan suatu daerah tujuan wisata yang telah dikenal sejak lama, Letak Werdhapura dipinggir pantai Sanur yang sangat indah berada didalam kota Denpasar, dan tidak terlalu jauh dari kawasan wisata Nusa Dua Kuta, maupun Ubud, merupakan lokasi yang sangat ideal. Terdiri dari 114 kamar (beroperasi 48 kamar) dengan kolam renangnya, sebuah restaurant, drugstore, convention hall dan fasilitas akomodasi lainnya menjadi tempat penginapan yang nyaman untuk melaksanakan pelatihan dan seminar.

Untuk itu Wisma Werdhapura berusaha mewujudkan layanan akomodasi yang sesuai dengan *need and wants* konsumen baik tamu yang hanya untuk menginap maupun yang melakukan *MICE* sehingga menciptakan kepuasan bagi tamu nya sendiri. Untuk itu perhatian dalam pembenahan ini adalah kualitas pelayanan dari

Pelayanan kantor depan, Tata Graha, Makan dan Minum, *MICE*, serta Rekreasi yang bersifat menyeluruh termasuk Sumber Daya Manusia dari Wisma Werdhapura yang perlu mendapat pelatihan di bidang Tatagraha, Kantor Depan, House Keeping, layanan makan dan minum, *MICE*, dan Rekreasi. Bagaimana proses penyampaian service dari masing-masing departemen kepada tamunya, dalam rangka membangun kualitas layanan yang prima baik terhadap produk dan *service* yang sesuai dengan *needs dan wants* pelanggan Wisma Werdhapura.

B. Masalah Penelitian

1. Identifikasi Masalah

Yang mendapat perhatian dalam pembenahan melalui pelatihan ini adalah pelayanan yang bersifat menyeluruh dari kualitas Pelayanan kantor depan, Tata Graha, Makan dan Minum, *MICE*, serta Rekreasi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan dan mengacu pada visi dan misi Wisma Werdhapura.

Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mungkin menimbulkan hubungan antara kualitas jasa terhadap

kepuasan pelanggan, digunakan teori Zeithaml dkk (1990) mengenai dimensi - dimensi kualitas jasa. Dimensi-dimensi yang dimaksud itu adalah *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah penelitian tersebut, maka rumusan masalah

1. Apakah hubungan antara pelayanan kantor depan, tata graha, *MICE*, makan dan minum, dan fasilitas rekreasi terhadap kepuasan pelanggan yang menginap di Wisma Werdhapura sebelum dan sesudah pelatihan?
2. Apakah ada perbedaan antar sebelum pelatihan dan sesudah pelatihan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Wisma Werdhapura

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menganalisis hubungan antara pelayanan kantor depan, tata-graha, *MICE*, makan dan minum, dan fasilitas rekreasi terhadap kepuasan pelanggan yang menginap di Wisma Werdhapura
2. Apakah ada perbedaan antara sebelum pelatihan dan sesudah pelatihan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Wisma Werdhapura

D. Manfaat Penelitian

Banyaknya wisatawan yang datang ke Bali, baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara dengan karakteristik yang bervariasi merupakan pasar yang potensial bagi bisnis pariwisata di Bali.

Temuan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan

masukannya bagi pihak manajemen hotel wisma Werdhapura. Temuan penelitian ini juga diharapkan memberikan

gambaran bagi pihak-pihak tertentu yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

KERANGKA TEORITIS

A. Tinjauan Pustaka

1. Pengertian hotel

Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan layanan makanan, minuman, dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan layanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus (*Hotel Proprietors Act 1956*).

2. Pengertian Housekeeping

Housekeeping yang dalam bahasa Indonesia menggunakan istilah tata graha, dapat diartikan sebagai pemeliharaan atau pengaturan rumah. Menurut Agustinus Darsono (1994) dalam bukunya *Tata Graha Hotel*,

menyatakan: "*Housekeeping* atau tata graha berarti rumah tangga. *Housekeeping Department* adalah bagian dari hotel yang bertanggung jawab atas kebersihan, kerapian dan kenyamanan kamar (*guest room*), ruangan umum, restoran, bar dan outlet lainnya yang terdapat di hotel".

2. Layanan MICE

MICE, singkatan bahasa Inggris dari "**Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition**" (Indonesia: **Pertemuan, Insentif, Konvensi, dan Pameran**), dalam industri pariwisata atau pameran, adalah suatu jenis kegiatan pariwisata di mana suatu kelompok besar, biasanya direncanakan dengan matang, berangkat bersama untuk suatu tujuan tertentu. Akhir-akhir ini telah suatu kecenderungan pada para pelaku pasar

pariwisata untuk mengganti istilah ini menjadi "*The Meetings Industry*".

3. Layanan makan dan minum (*Food and Beverage*)

Food and Beverages Department pada suatu hotel adalah merupakan suatu bidang yang bertugas menangani kebutuhan makan dan minum. Dimana kebutuhan makan dan minum adalah merupakan kebutuhan pokok manusia termasuk tamu-tamu hotel atau setiap individu yang datang untuk memperoleh jasa hotel. Oleh sebab itu bagian ini merupakan sarana mutlak yang harus disediakan hotel.

4. Front Office

Kantor Depan adalah cermin dari kualitas hotel untuk pertama kali bagi tamu saat memasuki suatu hotel. Untuk itu kesiapan, kesigapan, ketepatan, serta kemampuan semua karyawan di bagian kantor depan dalam menjalankan fungsi, tugas, dan tanggung jawabnya sangatlah menentukan dalam memberikan impresi baik maupun

kurang baik atau buruk pada para tamu hotel sebelum para tamu tersebut mendapatkan pelayanan dan pengalaman yang lainnya saat mereka datang untuk menginap maupun tidak di suatu hotel.

5. Rekreasi (*Leisure*)

Kata *leisure* berasal dari bahasa latin yaitu *leisure*, yang mempunyai arti diijinkan atau menjadi bebas (*to be free*) jadi secara keseluruhan waktu luang dapat didefinisikan terlepas dari segala tekanan, adanya kesempatan untuk memilih, waktu yang tersisa usai kerja, atau waktu luang setelah mengerjakan segala tugas sosial yang telah menjadi kewajiban (Torkildsen : Goerge 1999: hal 25)

6. Kualitas Layanan (*Service Quality*)

Menurut Lewis and Booms, "*Service quality is a measure of how well the service level delivered matches customer expectations. Delivering*

quality service means confirming to customer expectations on a consistent basis” (Bateson, 1992: 509).

Sebagai pelengkap untuk kajian tersebut, Bateson mengemukakan pendapat Gronroos, dan Lehtinen and Lehtinen. Gronroos menyatakan, *“That to types of service quality exist: technical quality, which involves what the customer is actually*

Receiving from the service, and functional quality, which involves the

manner in which the service is delivered” (Bateson, 1992: 509).

7. Dimensi Kualitas Layanan (*Service Quality Dimension*)

Berdasarkan kajian mengenai dimensi kualitas jasa hasil penelitian Zeithaml dkk tersebut, maka kelima dimensi itu untuk selanjutnya akan digunakan dalam kerangka pemikiran sebagai lima performansi dimensi kualitas jasa hotel yang diteliti.

Dimensi pengembangan instrumen tersebut digambarkan sebagai berikut.

Tabel 2.2

Dimensi untuk Mengevaluasi Kualitas Layanan

Dimensions for Evaluating Service Quality	Tangibles	Reliability	Responsiveness	Assurance	Empathy
Tangibles					
Reliability					
Responsiveness					
Assurance					
Empathy					

Sumber: Zeithaml dkk (1990: 25)

8. Karakteristik Demografis

Pelanggan

Kwan dan Hee (1993 : 5) menjelaskan karakteristik sebagai berikut:

- Nationality*: penduduk yang dibedakan berdasarkan kebangsaannya.
- Sex*: penduduk yang dibedakan berdasarkan jenis kelamin
- Age*: penduduk yang dibedakan menurut usia anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua.

d. *Marital status*: status yang berhubungan dengan perkawinan.

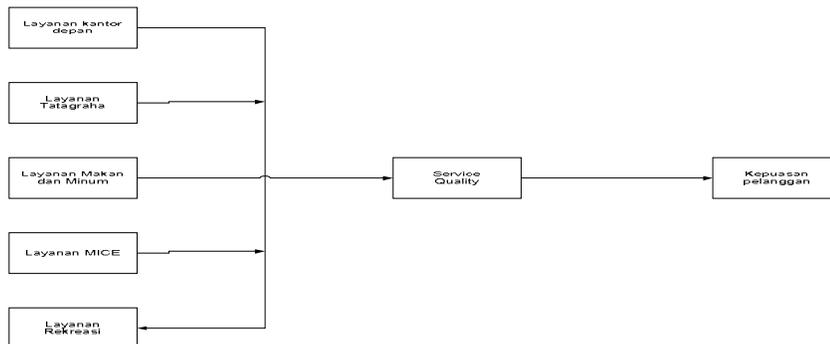
e. *Occupation*: jenis pekerjaan tertentu yang sedang dijalani.

f. *Highest Education level attained*: tingkat pendidikan terakhir yang berhasil diselesaikan.

g. *Outflow per month*: pengeluaran seseorang dalam satu bulan.

B. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.1 dibawah.



Gambar 2.1.
Kerangka Pemikiran

C. Hipotesis

Berdasarkan masalah penelitian dan kerangka pemikiran sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, maka dalam penelitian ini akan dilakukan pengujian beberapa hipotesis sebagai berikut.

1. Terdapat hubungan antara pelayanan kantor depan, tata graha, *MICE*, makan dan minum, dan fasilitas rekreasi terhadap kepuasan pelanggan yang menginap di Wisma Werdhapura sebelum dan sesudah pelatihan
2. Terdapat perbedaan antar sebelum pelatihan dan sesudah pelatihan kualitas layann terhadap kepuasan pelanggan di Wisma Werdhapura

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Metode penelitian deskriptif, dan *Assosiatif*, dengan *paradigma sederhana berurutan* (hubungan antara satu *variable independent* dengan satu *variable dependen* secara berurutan).

B. *Variabel* dan Pengukuran

Untuk mengukur *variabel* dimensi kualitas layanan hotel digunakan skala Likert dengan lima alternatif jawaban dan memudahkan operasionalisasi pengukuran, maka akan dijabarkan dalam bentuk *Variabel*, *sub variable*, dan Skala seperti yang digambarkan pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1.
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran
Karakteristik Responden	<i>Nationality</i>	<ul style="list-style-type: none"> Negara asal dari tamu hotel 	Ordinal
	<i>Gender</i>	<ul style="list-style-type: none"> Jenis kelamin tamu hotel, pria atau wanita 	Nominal
	<i>Age</i>	<ul style="list-style-type: none"> Umur saat ulang tahun terakhir 	Rasio
	<i>Marital Status</i>	<ul style="list-style-type: none"> Status yang terkait dengan perkawinan, sudah atau belum kawin 	Nominal
	<i>Occupation</i>	<ul style="list-style-type: none"> Pekerjaan yang sedang dijalani 	Ordinal
	<i>Highest Education Level</i>	<ul style="list-style-type: none"> Pendidikan terakhir yang diselesaikan 	Ordinal
	<i>Outflow Per Month</i>	<ul style="list-style-type: none"> Pengeluaran selama sebulan 	Rasio
Kualitas Layanan	<i>Tangibles</i>	<ul style="list-style-type: none"> Lokasi hotel Penampilan karyawan Tampilan fisik hotel Peralatan restoran dan bar terlihat moderen dan bersih Reservasi hotel dilaksanakan dengan cepat 	Ordinal
	<i>Reliability</i>	<ul style="list-style-type: none"> Kemampuan karyawan dapat diandalkan Menjalankan layanan yang dijanjikan Menempatkan layanan sebagai prioritas utama Kecermatan dalam memberi layanan di reservasi Fasilitas rekreasi sangat aman digunakan 	Ordinal
	<i>Responsiveness</i>	<ul style="list-style-type: none"> Tanggap akan kesulitan tamu Kesiapan memberi penjelasan kepada tamu Kecepatan menanggapi kebutuhan tamu Selalu menanggapi permintaan tamu Memberikan presentasi yang memuaskan karyawan hotel 	Ordinal
	<i>Assurance</i>	<ul style="list-style-type: none"> Sikap yang menyenangkan dalam memberi penjelasan Kemampuan memberi penjelasan tanpa ragu-ragu Penjelasan yang dapat dipercaya Informasi dan pelayanan yang tepat 	Ordinal

		tentang fasilitas • Bersikap ramah dan sopan	
	Empathy	<ul style="list-style-type: none"> • Kesiapan karyawan member bantuan kepada tamu hotel • Kemampuan memahami kebutuhan tamu • Mengerti kebutuhan spesifik tamu • Mengerti akan kebutuhan khusus rekreasi tamu • Layanan yang menyentuh hati tamu Wisma Werdhapura 	Ordinal
Tingkat Kepuasan tamu	Kepuasan Pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> • Puas / Merekomendasi kunjungan • Tidak Puas / Tidak Merekomendasi kunjungan 	Ordinal

C. Definisi Operasional Variabel

Variabel dimensi kualitas layanan yang dimaksud adalah dimensi kualitas layanan yang diterima oleh tamu Wisma Werdhapura yang terdiri atas lima variabel yaitu *Tangible, Reliability, Responsiveness, dan Assurance. Empathy*

D. Prosedur Penarikan Sampel

Prosedur penarikan sampel diperoleh dengan teknik non-random sampling, yaitu *judgemental sampling* atau *purposive sampling*.

Untuk mendapatkan jumlah populasi pada penelitian ini adalah dengan mencari rata-rata tingkat hunian antara saat peak (100%) dan saat low

(40%) yang menjadi objek penelitian, yaitu sebesar 70% X 96 (penjumlahan banyaknya kamar hotel Wisma Werdhapura yang beroperasi) = 48 X 2 (asumsi tiap kamar dihuni oleh 2 orang) = 48 jadi N= 96 Untuk mendapatkan ukuran sampel *minimal* pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{96}{1 + 96 (10\%)^2}$$

$$n = 67,2 \text{ atau } 67 \text{ orang}$$

E. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini ada 2 (dua) macam yaitu data sekunder dan data primer.

F. Metode Analisis Data

Pengujian hipotesis dari sampel independen yaitu dengan langkah-langkah sebagai berikut.

1. Statistik Deskriptif dapat dirumuskan sbb (Sugiono 2009: 49) ;

$$Me = \frac{\sum X_i}{n}$$

2. Pearson Correlation digunakan untuk menguji hubungan (korelasi) individu variabel X terhadap Y. Untuk menghitung korelasi antara variabel X dan Y (Sugiono 2009:228)

$$R_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

3. Korelasi Ganda merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel independen secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel dependen (Sugiono2009:232)

$$R_{y \cdot x_1 x_2} =$$

$$\frac{\sqrt{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 - 2r_{yx_1} r_{yx_2} r_{x_1 x_2}}}{1 - r_{x_1 x_2}^2}$$

4. Test Equality of Group Pengujian dilakukan dengan metode ANOVA dilakukan F test

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.2. ANALISIS DATA

Tabel 4.17.

Statistik Deskriptif Dimensi *Empathy*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
1. Pelayanan makan dan minum terfokus sesuai dengan jenis hidangan dan minuman	70	2	5	3.44	0.60
2. Pelaksanaan layanan yang menyenangkan dan ramah	70	2	5	3.33	0.58
3. Wisma Werdhapura memberikan layanan yang menyentuh hati tamu Wisma	70	2	5	3.21	0.53

2. Hubungan antara pelayanan kantor depan terhadap kepuasan pelanggan yang menginap di wisma Werdhapura

Pelayanan kantor depan terhadap kepuasan pelanggan yang menginap di wisma Werdhapura menggunakan $\alpha = 0,05$. Jika *asymptotic significant (2-sided) > 0,05*, maka H_0 diterima, sebaliknya jika *asymptotic significant (2-sided) < 0,05*, maka H_0 ditolak dilihat dari nilai yang diperoleh pada variable X1 sebesar **0.937(**)**.

3. Hubungan antara pelayanan Tata Graha terhadap kepuasan pelanggan yang menginap di wisma Werdhapura

Pelayanan Tata Graha terhadap kepuasan pelanggan yang menginap di wisma Werdhapura menggunakan $\alpha = 0,05$. Jika *asymptotic significant (2-sided) > 0,05*, maka H_0 diterima, sebaliknya jika *asymptotic significant (2-sided) < 0,05*, maka H_0 ditolak

dilihat dari nilai yang diperoleh pada variable X2 sebesar **0.978(**)**.

4. Hubungan antara pelayanan MICE terhadap kepuasan pelanggan yang menginap di wisma Werdhapura

Pelayanan MICE terhadap kepuasan pelanggan yang menginap di wisma Werdhapura menggunakan $\alpha = 0,05$. Jika *asymptotic significant (2-sided) > 0,05*, maka H_0 diterima, sebaliknya jika *asymptotic significant (2-sided) < 0,05*, maka H_0 ditolak dilihat dari nilai yang diperoleh pada variable X3 sebesar **0.980(**)**.

5. Hubungan antara pelayanan makan dan minum terhadap kepuasan pelanggan yang menginap di wisma Werdhapura

Pelayanan makan dan minum terhadap kepuasan pelanggan yang menginap di wisma Werdhapura menggunakan $\alpha = 0,05$. Jika

asymptotic significant (2-sided) > 0,05, maka H_0 diterima, sebaliknya jika asymptotic significant (2-sided) < 0,05, maka H_0 ditolak dilihat dari nilai yang diperoleh pada variable X4 sebesar **0.980(**)**.

6. Hubungan antara pelayanan Rekreasi terhadap kepuasan pelanggan yang menginap di wisma Werdhapura

Pelayanan rekreasi terhadap kepuasan pelanggan yang menginap di wisma Werdhapura menggunakan $\alpha =$

0,05. Jika asymptotic significant (2-sided) > 0,05, maka H_0 diterima, sebaliknya jika asymptotic significant (2-sided) < 0,05, maka H_0 ditolak dilihat dari nilai yang diperoleh pada variable X5 sebesar **0.979(**)**.

7. Hubungan antara pelayanan Kantor Depan, Tata-Graha, Makan dan Minum, MICE, dan Rekreasi terhadap kepuasan pelanggan yang menginap di Wisma Werdhapura

Table 5.1

Hubungan secara simultan antara variable X dan Y

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	85.271	5	17.054	1507718.360	.000(a)
	Residual	.001	64	.000		
	Total	85.272	69			

a Predictors: (Constant), X5, X1, X4, X2, X3

b Dependent Variable: Y

Seluruh variable X (pelayanan kantor depan (X1), pelayanan tata-graha (X2), pelayanan MICE (X3), pelayanan makan dan minum (X4), pelayanan fasilitas rekreasi (X5)

secara bersama-sama berhubungan terhadap variabel Y seperti yang ditunjukkan pada table diatas.

ANOVA(b)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	85.271	5	17.054	1507718.360	.000(a)
Residual	.001	64	.000		
Total	85.272	69			

a Predictors: (Constant), X5, X1, X4, X2, X3

b Dependent Variable: Y

8. Hasil analisis uji beda sebelum dan sesudah pelatihan yang diberikan dengan menggunakan analisis uji beda diskriminan menunjukkan seperti pada table
- Tabel 4.18 Variabel–variabel yang menunjukkan perbedaan sebelum dan sesudah dibawah ini

Tabel 4.18
Tests of Equality of Group Means

	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
X11	.952	6.886	1	138	.010
X12	.952	7.024	1	138	.009
X13	.903	14.888	1	138	.000
X14	.992	1.126	1	138	.290
X15	.951	7.087	1	138	.009
X21	.997	.448	1	138	.504
X22	.980	2.815	1	138	.096
X23	.983	2.391	1	138	.124
X24	.928	10.635	1	138	.001
X25	.986	2.000	1	138	.160
X31	.996	.564	1	138	.454
X32	.992	1.061	1	138	.305
X33	.992	1.178	1	138	.280
X34	.973	3.788	1	138	.054
X35	.981	2.618	1	138	.108
X41	.976	3.382	1	138	.068
X42	.986	1.917	1	138	.168
X43	.953	6.827	1	138	.010
X44	1.000	.069	1	138	.794
X45	.985	2.114	1	138	.148

X51	.987	1.807	1	138	.181
X52	.989	1.527	1	138	.219
X53	.964	5.109	1	138	.025
X54	.966	4.897	1	138	.029
X55	1.000	.011	1	138	.915
x1	1.000	.039	1	138	.843
x2	.985	2.168	1	138	.143
x3	.998	.249	1	138	.618
x4	.979	2.952	1	138	.088
x5	.982	2.524	1	138	.114
Y	.948	7.562	1	138	.007

Nb : Angka merah berarti berbeda (signifikan sebelum dan sesudah)

Dari hasil analisis diskriminan di atas menunjukkan bahwa nilai Sig yang $< 0,10$ dapat dipakai dasar untuk menyatakan adanya perbedaan antar kelompok sebelum dan sesudah pelatihan yang diberikan. Ternyata nilai sign adalah sebesar 0,000; yang berarti bahwa terdapat perbedaan yang sangat signifikan antara variable X11, X12, X13, X15, X24, X34, X53, X54 dan Y adalah sangat berbeda atau berlainan. Dan variable X yang lainnya tidak berbeda.

Table 4.19
Score rata-rata nilai variable sebelum dan sesudah pelatihan

Variable	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan
X1	2.53	4.2
X2	2.44	4.25
X3	2.66	3.92
X4	2.32	4.07
X5	2.26	4.16

Terlihat ada perbedaan antara variable yang diteliti sebelum dan sesudah pelatihan terlihat dari rata-rata skor yaitu sebelum pelatihan berskor antara 2 dan 3 dan setelah pelatihan berskor rata – rata 4 kecuali variabel X3 berskor lebih dari pada 4 yaitu sebesar 3.92 artinya pelatihan yang diberikan memberikan dampak signifikan terhadap Pelayanan kantor depan (X1), pelayanan tata-graha (X2), pelayanan MICE (X3), pelayanan makan dan minum (X4), pelayanan fasilitas rekreasi (X5).

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian sebagaimana telah dikemukakan dalam Bab IV, berikut ini adalah temuan sebagai jawaban masalah penelitian yang telah dirumuskan dalam bentuk kesimpulan.

1. Secara demographic rata – rata kunjungan golongan muda yang mendominasi (30%) jumlah kedatangan tamu yang berkunjung ke wisma Werdhapura dimana rata-rata pekerjaan mereka lebih banyak di dominasi oleh pegawai negeri sebesar 51.4% dengan tujuan *MICE* (41.4%) sedangkan untuk jenis kelamin tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan sedangkan dari segi pendapatan di dominasi oleh pengeluaran berkisar antara 3-4 juta (37%). Dan informasi wisma Werdhapura didominasi oleh

referensi dari teman yaitu sebesar 74.3%

2. Masing – masing hubungan antara antara pelayanan kantor depan (X1), pelayanan tata-graha (X2), pelayanan *MICE* (X3), pelayanan makan dan minum (X4), pelayanan fasilitas rekreasi (X5) sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan (Y) hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikan rata-rata 0.000 pada masing-masing variabel
3. Pelatihan memberikan peningkatan skor terhadap Pelayanan kantor depan (X1), pelayanan tata graha (X2), pelayanan *MICE* (X3), pelayanan makan dan minum (X4), pelayanan fasilitas rekreasi (X5) hal ini ditunjukkan dengan rata – rata skor sebelum diberikan pelatihan sebesar 2.44 sedangkan setelah pelatihan diberikan rata-rata skor yang diperoleh sebesar

4.12 menandakan bahwa pelatihan merupakan suatu alat yang efektif untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan sehingga pelanggan menjadi puas

b. Saran Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil dari pembahasan dan analisis, dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Perlu dilakukan penelitian untuk membedakan kualitas layanan

sebelum diberikan pelatihan di wisma Werdhapura agar manajemen wisma Werdhapura mengetahui perkembangan dari pelatihan yang diberikan mengingat hasil penelitian menghasilkan setiap layanan di masing-masing divisi berpengaruh terhadap kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.

2. Dalam penelitian ini ekspektasi dan pelanggan terhadap kualitas layanan tidak menjadi topik pembahasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Ahmed and Abdullah, Anas Alzaid, *Service Quality in Riyadh's Elite Hotel: Measurement and Evaluation* College of Administration Science, Riyadh, King Saud University, Saudi Arabia, 2002
- Bateson, John E.G, *Management Service Marketing*, The Dyden Press, 1999.
- Clifford T. Fay. JR. CPA, Richard C. Rhoads CPA, Robert L. Rosenbelt CPA. *Managerial Accounting for The Hospitality Service Industry*, Wai C. Brown Company Publishers, Dubugue, Iowa, 1971.
- Chuck Y. Gee, *International Hotel Management*. Education Institute of AHMA, Michigan, 1994.
- Dewitt Coffman C. Helen J. Recknagel, *Marketing for Full House, a Complete Guide to Profitable Hotel / Motel Operation Planning*, School of Hotel Administration / Cornell University, Ythaca, New York, 1972.
- David K. Hayes Ph.D; *Hotel Operation Management*, Pearson Education Inc,

- New Jersey 07458, 2004.
- Jerome J. Valen Ph.D, CHA; James R. Abbey Ph.D, CHA; *The Art and Science of Hospitality Management*, The Educational Institute of AHMA, 1987.
- Jerome J. Valen, *Check in-Check out Principles of Effective Front Office Management*, Wai C. Brown Company Publishers, 1974.
- Peter Dukas, *Hotel Front Office Management and Operation*, Florida State University, Wai C. Brown Company Publishers, 1970.
- Ronald A. Nykiel Ph.D. CHA; *Marketing in The Hospitality Industry Second Edition*, Van Noshtrand Reinhold, New York, 1989.
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: CV. ALFABETA, Bandung, 2009