

Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor

Merlinda¹, Oktori Kiswati Zaini², Arie Wibowo³

¹Mahasiswa, Universitas Pakuan, Bogor

²Dosen Ketua Komisi Pembimbing, Universitas Pakuan, Bogor

³Dosen Anggota Komisi Pembimbing, Universitas Pakuan, Bogor

e-mail: merlinda0996@gmail.com

Abstrak

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi setiap perusahaan jasa. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama dan memberikan komentar yang baik terhadap perusahaan tersebut. Hal yang menjadi faktor utama kepuasan adalah kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan Sentul Highlands Golf Club, untuk menganalisis kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club, untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif *eksploratif*. Sumber data penelitian ini yaitu sumber data primer berupa kuesioner. Pemilihan responden dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan Sentul Highlands Golf Club termasuk dalam kategori sangat baik. Indikator pada variabel kualitas pelayanan, total skor rata-rata dari 5 indikator tersebut adalah indikator *tangible* pada pernyataan Lingkungan Sentul Highlands Golf Club bersih sebesar 86%. Sedangkan indikator terendah pada indikator *Reliability*, *Responsiveness* dan *assurance* sebesar 81%, kepuasan Pelanggan Sentul Highlands Golf Club termasuk dalam kategori sangat puas. Total skor rata-rata variabel kepuasan pelanggan dari 2 indikator sebesar 81%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tergolong sangat tinggi. Pernyataan tertinggi sebesar 83% pada pernyataan pendaftaran via tour and travel. Sedangkan pernyataan terendah pada pernyataan totalitas fasilitas dan pelayanan selalu diutamakan dan pernyataan pelayanan yang diberikan Pramugolf sesuai dengan harapan sebesar 79%. kualitas pelayanan Sentul Highlands Golf Club termasuk dalam kategori sangat baik. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa secara umum kualitas pelayanan yang diberikan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor sudah sangat baik di mata pelanggan. Kepuasan Pelanggan Sentul Highlands Golf Club termasuk dalam kategori sangat puas. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Abstract

Customer satisfaction is important for every service company. Satisfied customers will be loyal longer and provide good comments about the company. The main factor in satisfaction is service quality. This research aims to analyze the service quality of Sentul Highlands Golf Club, to analyze customer satisfaction of Sentul Highlands Golf Club, to analyze the quality of service on customer satisfaction of Sentul Highlands Golf Club. The type of research used in this research is descriptive exploratory. The data source for this research is the primary data source in the form of a

questionnaire. The selection of respondents was carried out using a purposive sampling method. The research results show that the service quality of Sentul Highlands Golf Club is included in the very good category. Indicators for the service quality variable, the total average score of the 5 indicators is a tangible indicator in the statement that the Sentul Highlands Golf Club environment is clean at 86%. While the lowest indicator in the Reliability, Responsiveness and assurance indicators is 81%, Sentul Highlands Golf Club customer satisfaction is included in the very satisfied category. The total average score for the customer satisfaction variable from the 2 indicators is 81%. This shows that customer satisfaction is very high. The highest statement was 83% in the registration statement via tour and travel. Meanwhile, the lowest statement is the statement that the totality of facilities and services is always prioritized and the statement that the service provided by Pramugolf is in line with expectations is 79%. Sentul Highlands Golf Club's service quality is included in the very good category. This condition illustrates that in general the quality of service provided by the Sentul Highland Golf Club, Bogor City, is very good in the eyes of customers. Sentul Highlands Golf Club's customer satisfaction is in the very satisfied category. Service quality is a form of consumer assessment of the level of service received and the expected level of service, so that the product that best satisfies a person's preferences is the highest quality product.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

Pendahuluan

Golf merupakan salah satu jenis olahraga yang semakin banyak digemari oleh kalangan masyarakat tertentu, bahkan saat ini merupakan bagian dari gaya hidup beberapa kelompok masyarakat. Disamping itu, golf juga merupakan salah satu olahraga yang terkait dengan kegiatan bisnis khususnya saat melakukan aktivitas negosiasi. Tidaklah mengherankan jika persaingan antar perusahaan jasa yang bergerak di bidang pelayanan jasa golf semakin ketat (Naufanita, 2018).

Sarana prsarana golf banyak dibangun sesuai dengan pertumbuhan olahraga golf di Indonesia. Perkumpulan-perkumpulan golf semakin banyak didirikan dan kini tercatat 63 klub yang menjadi anggota PGI (Persatuan Golf Indonesia). Prospek bisnis pelayanan jasa penyediaan fasilitas pemain golf saat ini cukup potensial mengingat golf merupakan salah satu olahraga bergengsi (Naufanita, 2018).

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi setiap perusahaan jasa pada perusahaan. Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan menggunakan suatu

produk atau jasa. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama dan memberikan komentar yang baik terhadap perusahaan tersebut (Jaya, 2019).

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Lupyoadi dan Hamdani (2017) antara lain yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosi, harga dan biaya tambahan. Faktor kualitas pelayanan salah satu faktor yang perlu diperhatikan oleh pengelola Sentul Highlands Golf Club agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen Sentul Highlands Golf Club.

Di satu sisi, Sentul Highlands Golf Club menyandang predikat sebagai lapangan publik yang memiliki beberapa fasilitas dan Pelayanan Bintang Lima, mulai dari resto, kolam renang, VIP *room* dan fasilitas lainnya yang sangat berkualitas serta futuristik. Dari testimoni yang peneliti dapat tentang Sentul Highlands Golf Club, semua pengunjung yang datang baik untuk bermain golf, makan di Larasa , ataupun hanya melihat-lihat memberikan pesan positif tentang Sentul Highlands Golf Club.

Hal yang menjadi faktor utama kepuasan adalah kualitas pelayanan. Menurut Irawan (2017) pengukuran kualitas pelayanan

merupakan komponen penting dalam proses penilaian kinerja dimana tujuan pasti yang ingin dicapai adalah memberikan yang lebih baik, lebih produktif, dan lebih kuat sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Suatu pelayanan dapat diterima jika dapat menangani masalah dan keinginan pelanggan dengan baik. Kepuasan konsumen juga dapat dijadikan sebagai salah satu sumber keberhasilan dalam pelaksanaan program yang dilaksanakan oleh perusahaan SGHC.

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan, untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan, dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Perusahaan yang kurang memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks.

Pada saat ini kualitas pelayanan sangat penting bagi pihak perusahaan dan pelanggan, karena kualitas pelayanan jasa berpengaruh besar atau berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan jasa dapat menjadi salah satu strategi yang penting dalam persaingan. Kualitas pelayanan jasa dipengaruhi oleh dua faktor yaitu harapan dan kinerja yang dirasakan pelanggan (Mangkunegara, 2017). Pelanggan akan membandingkan harapan pelanggan dan kinerja yang diberikan oleh perusahaan berupa pemberian pelayanan yang memuaskan. Bila pelayanan dapat melampaui harapan pelanggan, maka jasa tersebut dikatakan memiliki kualitas yang baik dan akan dapat memuaskan pelanggan.

Peranan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor menjadi sangat penting di antara sekian banyak tempat golf. Setiap perusahaan yang memberikan kepuasan pelanggan yang prima atas jasa yang telah dihasilkan merupakan

suatu kesuksesan baik secara visi dan misi maupun material.

Berdasarkan hasil data jumlah pelanggan yang berkunjung ke Sentul Highland Golf Club Kota Bogor selama 2018-2022.

Tabel 1.1
Jumlah Pelanggan Sentul Highland Golf Club
Kota Bogor

Bulan	2018 (Sebelum Covid- 19)	2019 (Sebelum Covid- 19)	2020 (Masa Covid- 19)	2021 (Masa Covid- 19)	2022 (Pasca Covid- 19)
Januari	3900	3990	3510	3240	3300
Februari	2700	2820	2700	2700	2760
Maret	3300	3510	3240	2970	3090
April	2880	2940	2700	2700	2760
Mei	2940	3150	2790	2730	2760
Juni	3300	2940	2700	2700	2760
Juli	3600	3420	3120	2820	2850
Agustus	3330	3120	2880	2760	2820
September	3600	3480	3180	2880	2940
Oktober	3480	2850	3120	2820	2820
November	3900	3750	2940	2760	2820
Desember	4350	4020	3510	2790	2820
Total	41.280	39.990	36.390	33.870	34.500

Sumber: Dokumen Kunjungan Pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor Tahun 2022

Berdasarkan data pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor di atas menunjukkan fluktuasi. Jumlah kunjungan dari tahun 2018 sampai dengan 2021 mengalami penurunan. Pada tahun 2018 jumlah kunjungan pelanggan sebanyak 41.280, pada tahun 2019, jumlah kunjungan pelanggan menurun menjadi 39.990, kemudian mengalami penurunan kembali pada tahun 2020 menjadi 36.390, pada tahun 2021 jumlah kunjungan pelanggan mengalami penurunan kembali menjadi 33.870. Kemudian pada tahun 2022 pasca pandemi mengalami peningkatan menjadi 34.500, namun peningkatan tersebut tidak signifikan. Terjadi penurunan kunjungan pelanggan ini mengindikasikan bahwa terjadi penurunan kepuasan pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor. Dalam hubungannya dengan kepuasan pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor, pelanggan beberapa kali menyampaikan keluhan terhadap pelayanan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor khususnya terhadap kualitas pelayanan. Hal ini

memberikan indikasi bahwa Sentul Highland Golf Club Kota Bogor yang dibangun dengan sarana dan prasarana cukup memadai belum mampu memberikan pelayanan yang sesuai harapan, keinginan dan tuntutan dari pelanggan, selain itu juga faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor terjadi karena adanya persaingan yang cukup ketat, berikut pesaing-pesaing RSJMM Heritage Golf Field, Pusaka Lapangan Golf Bogor dan Rancamaya Golf Club. Berikut ini adalah data keluhan pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor dalam periode 2018-2022.

Tabel 1.2 Data Keluhan Pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor Tahun 2018-2022

No	Kategori Keluhan	Tahun				
		2018	2019	2020	2021	2022
1	Ketidakkonsistenan pengawasan di lapangan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor	80	92	128	130	134
2	Kurangnya ketersediaan kelengkapan peralatan Golf	40	52	77	85	92
3	Biaya administrasi yang cukup tinggi	40	60	75	84	91
	Total	160	204	280	299	317

Sumber: Dokumen Data Keluhan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui kategori keluhan terbanyak pada pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor diantaranya yaitu ketidakkonsistenan pengawasan di lapangan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor, kurangnya ketersediaan kelengkapan peralatan Golf, dan biaya administrasi yang cukup tinggi. Dilihat dari data di atas bahwa jumlah keluhan cenderung terus bertambah. Jumlah keluhan terbesar terjadi pada tahun 2022 dengan jumlah keluhan 317. Hal ini tentu harus menjadi perhatian

manajemen Sentul Highland Golf Club Kota Bogor khususnya ketidakkonsistenan pengawasan yang dilakukan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor. Disisi lain tujuan dari pengawasan ini untuk memastikan bahwa lapangan berada dalam kondisi yang sangat baik, memberikan lapangan permainan berkualitas tinggi bagi para pemain golf.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk:

1. Menganalisis kualitas pelayanan Sentul Highlands Golf Club.
2. Menganalisis kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club.
3. Menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club.

Kajian Literatur dan Pengembangan Hipotesis

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam bisnis. Kepuasan konsumen merupakan tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen, perusahaan harus jeli dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah (Sunnyoto, 2017).

Menurut Tjiptono dan Diana (2016) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Seorang pelanggan puas atau tidak, sangat tergantung pada kinerja produk (*percieved performance*) dibandingkan ekspektasi pelanggan bersangkutan dan apakah sang pelanggan menginterpretasikan adanya deviasi atau *gap* di antara kinerja dan ekspektasi tersebut. Apabila kinerja lebih rendah dibandingkan ekspektasi, maka pelanggan bersangkutan akan merasa tidak puas. Apabila kinerja sama dengan ekspektasi, maka ia akan puas. Sedangkan jika kinerja melampaui

ekspektasi, maka pelanggan itu akan merasa sangat puas atau bahkan bahagia.

Berdasarkan definisi tersebut di atas, maka kepuasan pelanggan dapat dijelaskan sebagai perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan terhadap kinerja perusahaan dalam memberikan pelayanan, dimana jika kinerja dibawah harapan maka pelanggan akan kecewa, dan jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas.

Dimensi Kepuasan Pelanggan

Menurut Mangkunegara (2017) dalam menentukan kepuasan konsumen ada dua indikator yang harus diperhatikan oleh perusahaan, antara lain:

1. Kinerja

Kinerja tinggi yang dihasilkan oleh karyawan akan membantu perusahaan dalam proses pencapaian tujuannya. Kinerja karyawan (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Dengan kinerja yang lebih dapat memberikan kepuasan konsumen.

2. Harapan

Harapan pelangganlah yang melatarbelakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya.

Kualitas Pelayanan

Service Quality merupakan salah satu konsep pelayanan perusahaan yang dapat diandalkan untuk dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Kualitas pelayanan memiliki lima elemen utama, yaitu *Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, and Responsiveness*. Ketika kelima elemen ini terpenuhi, pelanggan akan mendapatkan apa

yang disebut kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Setiawan, 2018).

Menurut Batinggi dan Badu (2017) pelayanan merupakan suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, Pelayanan merupakan salah satu upaya untuk memenuhi ekspektasi pelanggan dalam hal kecepatan menangani komplain dan keramahan terhadap pelanggan.

Nasution (2017) menyatakan, kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan oleh pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia pelayanan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan, karena pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan.

Dari berbagai definisi yang telah dijelaskan oleh para ahli bahwa dapat disimpulkan kualitas jasa/pelayanan sebagai suatu penawaran yang diberikan kepada pelanggan yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan serta mengimbangi harapan pelanggan. Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Indikator Kualitas Pelayanan

Setiap organisasi modern dan maju senantiasa mengedepankan bentuk-bentuk aktualisasi kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah memberikan

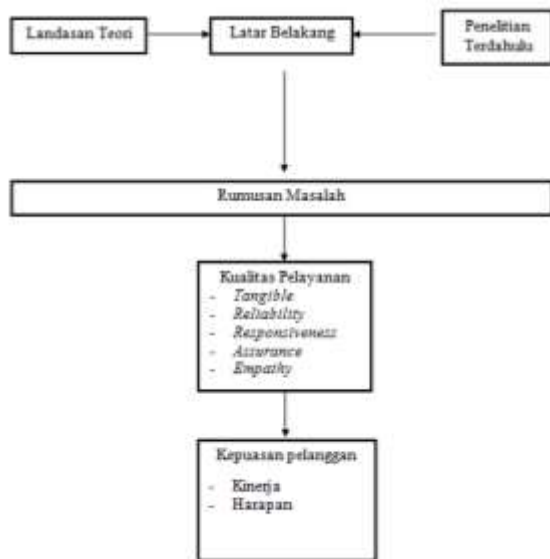
bentuk pelayanan yang optimal dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, harapan dan kepuasan dari masyarakat yang meminta pelayanan dan meminta dipenuhi pelayanannya. Konsep kualitas pelayanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas pelayanan "RATER" (*Responsiveness, assurance, tangible, empathy dan reliability*) (Parasuraman, 2017).

Adapun lima determinan dalam menentukan kualitas pelayanan yaitu:

1. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Dimensi ini menunjukkan kemampuan lembaga untuk memberikan pelayanan secara akurat, handal, dan bertanggungjawab sesuai yang dijanjikan dan terpercaya. Kualitas pelayanan ini umumnya terlihat dalam kerja sehari-hari, misalnya jika pada kurun waktu tertentu frekuensi kesalahan semakin tinggi, hal ini akan memberikan indikasi kualitas pelayanan yang semakin menurun. Contohnya ketepatan waktu, kecepatan dalam melayani pelanggan
2. *Responsiveness* (ketanggapan). Dimensi ini mencakup keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tepat dan cepat. Tingkat kepekaan yang tinggi terhadap pelanggan perlu diikuti dengan tindakan yang tepat sesuai dengan kebutuhan tersebut. Setiap karyawan dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapatkan pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari karyawan untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif.
3. *Assurance* (jaminan dan kepastian) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, atau jaminan ini dapat ditunjukkan melalui pengetahuan, kesopansantunan, rasa aman, rasa percaya, bebas dari bahaya dan resiko yang dapat diberikan karyawan kepada pelanggannya. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*) dan sopan santun (*courtesy*). Bentuk layanan langsung layanan ini dalam *proactive marketing* biasanya disebut dengan kontak tatap muka atau melalui telepon hal ini menuntut petugas untuk melaksanakan tugasnya secara trampil sehingga dapat menumbuhkan kesan yang meyakinkan. Membekali diri dengan pengetahuan tentang produk dan melatih diri untuk melayani sebaik-baiknya merupakan tuntutan yang harus dipenuhi sebelum pelanggan melakukan kontak. Contohnya kepastian dalam pelayanan.
4. *Empathy* (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Dimana suatu lembaga memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian bagi pelanggan. Bentuk perhatian terhadap pelanggan bermacam-macam sesuai dengan kondisi pelanggan dan situasi keadaan yang ada, adakalanya seorang yang datang dengan perasaan yang kalut, marah-marah, atau *stress*. Seorang pemasar perlu memahami perasaan yang seperti itu agar dapat melakukan tindakan yang sesuai dengan kondisi psikologis pelanggan.
5. *Tangible* (berwujud) yaitu kemampuan suatu lembaga dalam mewujudkan

eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik lembaga yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan karyawannya. Berkenan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan (Lumpiyadi dan Hamdani, 2017).

Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif *eksploratif* dengan teknik penelitian studi kasus. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli ataupun pertama. Data yang diperoleh dari penelitian ini berasal dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan Sentul Highlands Golf Club. Sumber data sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung data primer yaitu studi kepustakaan, dokumentasi, buku, majalah, koran, arsip tertulis yang berhubungan dengan

obyek yang akan diteliti. Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data ini mendukung pembahasan dan penelitian, untuk itu beberapa sumber buku atau data yang diperoleh akan membantu dan mengkaji secara kritis penelitian ini.

Jenis penarikan sampel menggunakan teknik sampel non probabilitas. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2016)

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Ukuran populasi dalam penelitian sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti, maka besar sampel yang digunakan menurut Rao Purba dalam bukunya Sugiyono (2016) menggunakan rumus:

$$n = \frac{Z^2}{4 + (Moe)^2}$$

Keterangan:

N = Ukuran sampel

Z = Tingkat keyakinan dalam menentukan sampel 90% = 1,96

Moe = Margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi di sini ditetapkan sebesar 10%

Dengan rumus tersebut maka dapat dilihat ukuran sampel minimal yang harus dicapai dalam penelitian ini adalah sebesar:

$$n = \frac{1,96^2}{4 + (0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan rumus tersebut, sampel yang dapat diambil dari populasi sebanyak 96,04 orang dibulatkan 100 responden untuk memudahkan dalam analisis data.

Peneliti melakukan pre-test atau uji instrument, kemudian teknik yang digunakan untuk menganalisis data yaitu menggunakan uji validitas dan reliabilitas, kemudian analisis deskriptif dan tabulasi.

**Hasil dan Pembahasan
Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

Setelah diisi oleh responden dan terkumpul kembali, selanjutnya menentukan validitas berdasarkan koefisien korelasi *product moment* dari Karl Person, dengan hasil uji pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
Pernyataan 1	0.631	0,361	Valid
Pernyataan 2	0.752	0,361	Valid
Pernyataan 3	0.701	0,361	Valid
Pernyataan 4	0.640	0,361	Valid
Pernyataan 5	0.660	0,361	Valid
Pernyataan 6	0.310	0,361	Tidak
Pernyataan 7	0.690	0,361	Valid
Pernyataan 8	-0.048	0,361	Tidak
Pernyataan 9	0.689	0,361	Valid
Pernyataan 10	0.665	0,361	Valid
Pernyataan 11	0.651	0,361	Valid
Pernyataan 12	0.673	0,361	Valid
Pernyataan 13	0.683	0,361	Valid
Pernyataan 14	0.741	0,361	Valid
Pernyataan 15	0.337	0,361	Tidak

Sumber: Data yang diolah dari hasil penelitian, 2023

Berdasarkan tabel di atas, maka didapatkan hasil nilai skor butir dengan nilai skor total. Nilai r_{hitung} ini kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dicari pada signifikansi 5% dengan uji dua sisi $n = 30$, maka r_{tabel} dapat ditentukan dari $df = n-2 = 30-2 = 28$. Nilai r_{tabel} dari 28 adalah sebesar 0.361. Berdasarkan nilai analisis tersebut terdiri dari 15 pernyataan, terdapat tiga pernyataan tidak valid karena nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ yaitu nomor pernyataan 6,8,15. Selanjutnya akan dilakukan uji reliabilitas dengan hasil yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	12

Sumber: Data yang diolah dari hasil penelitian 2023

Dari hasil analisis yang terdapat pada tabel diatas maka didapatkan nilai Alpha sebesar 0,905, ketentuan data dikatakan handal apabila *Cronbach's Alpha* diatas 0,60, karena $0,905 > 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan tersebut reliabel.

Variabel Kepuasan Pelanggan

Setelah diisi oleh responden dan terkumpul kembali, selanjutnya menentukan validitas berdasarkan koefisien korelasi *product moment* dari Karl Person, dengan hasil uji pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan**

Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
Pernyataan 1	0.771	0,361	Valid
Pernyataan 2	0.843	0,361	Valid
Pernyataan 3	0.818	0,361	Valid
Pernyataan 4	0.730	0,361	Valid
Pernyataan 5	0.738	0,361	Valid
Pernyataan 6	0.762	0,361	Valid

Sumber: Data yang diolah dari hasil penelitian 2023

Berdasarkan tabel di atas, maka didapatkan hasil nilai skor butir dengan nilai skor total. Nilai r_{hitung} ini kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} dicari pada signifikansi 5% dengan uji dua sisi $n = 30$, maka r_{tabel} dapat ditentukan dari $df = n-2 = 30-2 = 28$. Nilai r_{tabel} dari 28 adalah sebesar 0.361. Berdasarkan nilai analisis tersebut terdiri dari 6 pernyataan dapat dinyatakan semua butir pernyataan valid. Selanjutnya akan dilakukan uji reliabilitas dengan hasil yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	6

Sumber: Data yang diolah dari hasil penelitian 2023

Dari hasil analisis yang terdapat pada tabel diatas maka didapatkan nilai Alpha sebesar 0,861, ketentuan data dikatakan handal apabila *Cronbach's Alpha* diatas 0,60, karena

0,875 > 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan tersebut reliabel.

Analisis Deskriptif

Tabel 4.5 Total Jawaban Responden terhadap Indikator Variabel Kualitas Pelayanan

Instrumen Pertanyaan	Total Skor	Rata-rata Skor
Tangible		
1. Lokasi Sentul Highlands Golf Club strategis	84%	84%
2. Peralatan dan fasilitas di Sentul Highlands Golf Club memadai	82%	
3. Lingkungan Sentul Highlands Golf Club bersih	86%	
Reliability		
4. Sentul Highlands Golf Club memiliki standar pramugolf yang melewati proses pelatihan dan kecakapan selama 2 bulan	81%	81%
5. Sentul Highlands Golf Club memiliki Kotak saran penilaian setelah selesai kegiatan golf	81%	
Responsiveness		
6. Terdapat Sirene tanda darurat untuk pemberitahuan baik untuk cuaca dan kondisi tertentu	85%	83%
7. Pengawasan di semua lingkungan Sentul Highland Golf Club	81%	
Assurance		
8. Semua kegiatan di lapangan di asuransikan	83%	82%
9. Dalam kondisi cuaca hujan dan petir pemain boleh melanjutkan di lain waktu tanpa biaya tambahan	82%	
10. Karyawan Sentul Highlands Golf Club harus memberi salam dan ramah kepada tamu	81%	
Empathy		
11. Sentul Highlands Golf Club rutin melaksanakan Turnamen Series	82%	83%
12. Sentul Highlands Golf Club mengundang publik figur	84%	
Rata-rata		82,5%

(Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa indikator pada variabel

kualitas pelayanan, total skor rata-rata dari 5 indikator tersebut setelah dihitung skor rata-rata tertinggi adalah indikator *tangible* pada pernyataan Lingkungan Sentul Highlands Golf Club bersih sebesar 86%. Sedangkan indikator terendah pada indikator *Reliability*, *Responsiveness* dan *assurance* sebesar 81%. Sedangkan rata-rata variabel kualitas pelayanan sebesar 82,5%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan pramugolf Sentul Highlands Bogor sudah sangat baik. Salah satu hal yang bisa meningkatkan kualitas kondisi lingkungan adalah dengan menjaga kebersihan lingkungan Sentul Highlands Golf Club. Lingkungan bersih merupakan faktor salah satu penentu kepuasan pelanggan. Dengan lingkungan bersih, pelanggan nyaman dalam menggunakan jasa tersebut. Saat pelanggan bermain golf di ruangan yang bersih dan tertata rapi, maka efektifitas dan efisiensi permainan golf jadi lebih terjaga. Sebab, lingkungan yang bersih akan memudahkan pemain golf untuk bermain secara lebih optimal.

Tabel 4.6 Total Jawaban Responden terhadap Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan

Instrumen Pertanyaan	Total Skor	Rata-rata Skor
Kinerja		
1. Peningkatan pelayanan untuk pelanggan Sentul Highlands Golf Club	81%	81%
2. Totalitas fasilitas dan Pelayanan selalu diutamakan	79%	
3. Pendaftaran Via Tour and Travel	83%	
Harapan		
4. Pelayanan yang diberikan Pramugolf sesuai dengan harapan	79%	80%
5. Promo tiap bulan	81%	
6. Informasi Melalui Media Sosial	80%	
Rata-rata		80,5%

(Sumber: Data Primer, diolah tahun 2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa indikator pada variabel kepuasan pelanggan, total skor rata-rata dari 2 indikator tersebut setelah dihitung skor rata-

rata sebesar 80,5%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tergolong sangat puas. Pernyataan tertinggi sebesar 83% pada pernyataan Bekerja sama dengan tour travel dan media sosial sebagai sarana informasi Sentul Highlands Golf Club. Sedangkan pernyataan terendah pada pernyataan Totalitas fasilitas dan Pelayanan selalu diutamakan dan pernyataan Pelayanan yang diberikan Pramugolf sesuai dengan harapan sebesar 79%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat baik. Kepuasan pelanggan merupakan kunci sukses sebuah bisnis. Pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan yang loyal. Pelanggan akan cenderung menjadi promotor bagi produk, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan perusahaan melalui metode *word of mouth*. Pelanggan yang mendapatkan produk dan pelayanan sesuai kebutuhan akan merasa puas dan meninggalkan kesan baik akan produk yang dibeli. Selain itu, tingkat kepuasan bisa dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk menentukan langkah penyempurnaan dari sebuah jasa.

Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club

Untuk menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas atribut-atribut yang diteliti melalui perbandingan skor kualitas pelayanan dengan skor kepuasan pelanggan.

Adapun hasil analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club dengan rumus tingkat kinerja dibagi tingkat harapan x 100% adalah sebagai berikut.

Tabel 4.7 Hasil Tingkat Kesesuaian kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club

Rata-rata Kualitas Pelayanan (Tingkat Kinerja)	Rata-rata Kepuasan pelanggan (tingkat harapan)	Tingkat Kesesuaian
82,5%	80,5%	102,5%

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sentul Highlands Golf Club secara keseluruhan berada pada penilaian sangat baik. Namun apabila dilihat dari rata-rata kepuasan pelanggan, masih lebih rendah dibanding kualitas pelayanan. Ini disebabkan karena terdapat beberapa kualitas pelayanan yang diberikan Sentul Highlands Golf Club masih kurang optimal. Tingkat pengetahuan maupun kecakapan karyawan dalam memberikan pelayanan masih ada yang kurang kompeten di bidangnya. Ketidakkonsistenan dalam menyediakan kotak saran karena kotak saran merupakan salah satu cara yang paling efektif untuk mengetahui apakah pelayanan yang diberikan sudah sesuai yang diharapkan pelanggan. Kemudian kurangnya pengawasan di setiap hole karena ini merupakan salah satu bentuk pelayanan yang diberikan serta masih ada karyawan yang tidak memberi salam dan ramah kepada tamu. Memberi salam dan ramah kepada tamu ini sangat penting bagi perusahaan, terutama yang bergerak di bidang jasa. Sebab dengan layanan baik akan membantu mereka untuk mendatangkan pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama.

Hasil ini menunjukkan bahwa penilaian yang baik mengenai jasa yang sesuai dengan tingkat baik atau tidaknya kualitas pelayanan yang diberikan mendorong pelanggan untuk setia terhadap produk tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa, Kualitas pelayanan adalah penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas

pelayanan secara keseluruhan. Konsumen akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang didapat, kualitas pelayanan (*service quality*) dibangun atas adanya perbandingan dua variabel utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (Tjiptono dan Chandra, 2017).

Teori tersebut menjelaskan bahwa hasil pengalaman pelanggan dalam memakai produk jasa akan menghasilkan penilaian pelanggan terhadap produk jasa tersebut. Apabila produk jasa tersebut dapat memuaskan keinginan pelanggan maka pelanggan akan memberikan penilaian positif terhadap produk jasa tersebut. Dengan penilaian tersebut maka pelanggan akan tetap berkeinginan untuk menggunakan produk jasa tersebut. Hasil ini menjelaskan bahwa pada umumnya pelanggan akan memperhitungkan kualitas pelayanan yang dapat diperoleh dari uang yang akan mereka keluarkan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Herawati, dan Sulistyowati (2019) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menunjukkan hasil yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

Hubungan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tidak terlepas dari kreativitas pelayanan yang ditawarkan Sentul Highlands Golf Club Kota Bogor. Untuk mewujudkan suatu pelayanan yang berkualitas yang mampu menciptakan kepuasan pelanggan. Sentul Highlands Golf Club Kota Bogor mampu memahami tingkat persepsi dan harapan pelanggan. Hal ini dikarenakan, kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara persepsi dengan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan Sentul Highlands Golf Club Kota Bogor untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka sehingga Sentul Highlands Golf Club Kota

Bogor dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Simpulan dan Saran

Simpulan

1. Kualitas pelayanan Sentul Highlands Golf Club termasuk dalam kategori sangat baik. Total skor rata-rata variabel kualitas pelayanan sebesar 82,5%. Indikator pada variabel kualitas pelayanan, total skor rata-rata dari 5 indikator tersebut setelah dihitung skor rata-rata tertinggi adalah indikator *tangible* pada pernyataan Lingkungan Sentul Highlands Golf Club bersih sebesar 86%. Sedangkan indikator terendah pada indikator *Reliability, Responsiveness* dan *assurance* sebesar 81%.
2. Kepuasan Pelanggan Sentul Highlands Golf Club termasuk dalam kategori sangat puas. Total skor rata-rata variabel kepuasan pelanggan dari 2 indikator sebesar 80,5%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tergolong sangat puas. Pernyataan tertinggi sebesar 83% pada pernyataan bekerja sama dengan tour travel dan media sosial sebagai sarana informasi Sentul Highlands Golf Club. Sedangkan pernyataan terendah pada pernyataan totalitas fasilitas dan pelayanan selalu diutamakan dan pernyataan pelayanan yang diberikan Pramugolf sesuai dengan harapan sebesar 79%.
3. Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor secara keseluruhan sudah termasuk dalam kategori sangat baik. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa secara umum kualitas pelayanan yang diberikan Sentul Highland Golf Club Kota Bogor sudah sangat baik di mata pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi

seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

Saran

Adapun saran-saran yang penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. Pada variabel kualitas pelayanan, masih terdapat pernyataan yang terendah mengenai Sentul Highlands Golf Club memiliki standar pramugolf yang melewati proses pelatihan dan kecakapan selama 2 bulan, maka Sentul Highlands Golf Club hendaknya menambah pelatihan dan kecakapan lebih dari 2 bulan karena masih terdapat pramugolf kurang memiliki keterampilan yang memadai. Jika masih terdapat Pramugolf yang kurang memiliki ketrampilan memadai akan dikenakan hukuman SP1 dan mengulang kembali proses pelatihan.
2. Sentul Highland Golf Club mempunyai kendala dalam hal peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan karena kurangnya partisipasi pelanggan untuk memberikan saran. Dalam hal ini baiknya dari pihak Sentul Highland Golf Club memberikan voucher atau promo ke setiap pelanggan yang memberikan keluhan atau saran agar pelanggan berpartisipasi memberikan saran.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk lebih menambah variabel penelitian tidak hanya pada variabel kualitas pelayanan tetapi juga pada variabel-variabel lain sehingga diperoleh informasi yang lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan penelitian berikutnya dapat lebih bermanfaat.

Referensi

- Batinggi dan Badu A. (2017). *Manajemen Pelayanan Publik*, Yogyakarta: CV Andi Offset
- Irawan, S. (2017). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi terhadap Turnover Intention. *Jurnal Akuntansi*,

Ekonomi dan Manajemen Bisnis. Vol.5, No.1, 105-110.

- Jaya, I.M.S.A. (2019) Penerapan Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Golf Pada Nirwana Bali Golf Club. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan Vol.12. No.3*
- Lupiyoadi dan Hamdani. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Salemba Empat.
- Mangkunegara, AA.P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution, M. N. (2017). *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Naufanita, Hana. (2018). Analisis Wacana Diaspora Indonesia: Tinjauan Konseptual Dalam Hubungan Internasional. *Jurnal Kajian Wilayah, Vol. 9 (2) Desember 2018: 90-108*
- Parasuraman, A. V. (2017). *Delivering Quality Service*. Diterjemahkan oleh Sutanto. New York: The Free Press.
- Setiawan, D., & Setiawan, R. I. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Servis (Studi Kasus Ahas Kenari Motor). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 3(1), 93–107
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2017). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono dan Diana A. (2016). *Pelanggan Puas? Tak Cukup*. Yogyakarta: Andi.