

PENINGKATAN KEPUASAN PENGUNJUNG AKAN LAYANAN DI *AMAZING ART WORLD* BANDUNG

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Diploma IV

Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata

Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung



Disusun Oleh :

Chyndi Syifa Angraini

NIM : 201621110

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA NHI BANDUNG**

2020

LEMBAR PENGESAHAN

PROYEK AKHIR

KEPUASAN PENGUNJUNG AKAN LAYANAN DI AMAZING ART WORLD BANDUNG

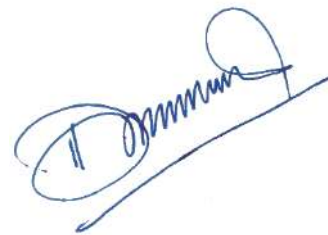
NAMA : CHYNDI SYIFA ANGRAINI
NIM : 201621110
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA

Pembimbing I,



R. Wisnu Rahtomo, S.Sos., MM.
NIP. 19660813 199103 1 001

Pembimbing II



Dr. Riadi Darwis, M.Pd
NIP. 19660124 199203 1 001

Bandung,2019

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan,

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc
NIP. 19710506 199803 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Chyndi Syifa Angraini
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 3 Maret 1998
NIM : 201621110
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul: **Peningkatan Kepuasan Pengunjung akan Layanan di *Amazing Art World Bandung*** ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 5 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



Chyndi Syifa Angraini
201621110

Abstrak

Amazing Art World merupakan Museum 3D (tiga Dimensi) *Art* dengan konsep *fun museum* terbesar di dunia yang terletak di Jl. Dr. Setiabudi No.293-295, Isola, Kec.Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat. Produk yang ditawarkan *Amazing Art World* berupa aktifitas berfoto pada lukisan 3D yang seakan terlihat nyata. Permasalahan yang ada di *Amazing Art World* adalah ulasan ketidakpuasan pengunjung pada *facebook Amazing Art World* mengenai layanan yang diberikan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini, penulis mengacu kepada konsep kualitas layanan yaitu *SERVQUAL* dengan membandingkan ekspektasi pengunjung dengan persepsi pengunjung. Selanjutnya, penulis menggunakan *Importance-Performance Analysis* sebagai alat untuk mengukur kepuasan pengunjung dan untuk mengetahui indikator mana yang perlu diperbaiki ataupun dipertahankan.

Hasil dari penyebaran kuesioner pada penelitian ini adalah persepsi pengunjung lebih rendah dibandingkan ekspektasi pengunjung sehingga terjadi *negative disconfirmation*. Sedangkan hasil wawancara menunjukkan jika manajemen *Amazing Art World* sudah cukup baik dalam melayani pengunjung.

Kesimpulan pada penelitian ini adalah pengunjung sangat mengharapkan pelayanan di *Amazing Art World* sangat baik, pengunjung juga menyatakan setuju jika layanan diterima dengan baik. Berdasarkan *Importance-Performance Analysis Matrix* yang digunakan terdapat dua indikator yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki yaitu karyawan berkomunikasi dengan baik dan penyampaian informasi secara lengkap. Berdasarkan hasil wawancara terdapat beberapa kekurangan yang dimiliki manajemen diantaranya adalah tidak memiliki *job description* dan SOP secara tertulis, terdapat pekerjaan ganda bagi *cleaning service*, tidak pernah melaksanakan *communication skill*, kurang maksimalnya kegiatan *product knowledge* bagi karyawan baru, intonasi bicara karyawan kurang jelas dan mimik wajah karyawan terlihat meragukan.

Rekomendasi dari penelitian ini guna meningkatkan kepuasan pengunjung akan layanan yaitu memiliki SOP mengenai tata cara berkomunikasi dengan pengunjung, menyediakan karyawan *customer service*, melaksanakan pelatihan *communication skill*, memaksimalkan program orientasi, melaksanakan tes tulis, dan menyediakan papan peta galeri.

Kata Kunci : Kepuasan Pengunjung, Layanan, *SERVQUAL*, *Importance-Performance Analysis*.

ABSTRACT

Amazing Art World is a 3D (three-dimensional) Art Museum build with the concept of The World's Largest Fun Museum, which located on Jl. Dr. Setiabudi No.293-295, Isola, Kec.Sukasari, Bandung City, West Java. The products that offered by The Amazing Art World are photo activities on 3D paintings that seem real. The problem in The Amazing Art World is the review of visitor dissatisfaction on The Amazing Art World's facebook regarding the services provided.

The research method that used is descriptive method with a quantitative approach. In this study, the author refers to the concept of service quality, namely SERVQUAL by comparing visitor expectations with visitor perceptions. Furthermore, the authors use Importance-Performance Analysis as a tool to measure visitor satisfaction and to find out which indicators need to be improved or maintained.

The result of distributing questionnaires in this study is that visitor perceptions are lower than visitor expectations, resulting in negative disconfirmation. Meanwhile, the interview results show that The Amazing Art World management is good enough in serving visitors.

The conclusions in this study are the visitors really expect the service at The Amazing Art World to be delighting, also visitors agree that the service is well received. Based on the Importance-Performance Analysis Matrix used, there are two indicators of the main priority for improvement, namely, well communicate employees and completely conveyed information. Based on the results of the interview, there are several deficiencies of the management, including not having a written job description and SOP, a double job for cleaning services, unimplemented skill of communication, unoptimizing product knowledge activities for newly recruited employees, the inadequacy of employee speech intonation and facial expressions.

Recommendations from this study are improving visitor satisfaction with services, specifically having SOPs on the procedures for communicating with visitors, providing customer service employees, implementing communication skills training, maximizing orientation programs, carrying out written tests, and providing gallery map boards.

Keywords: Customer Satisfaction, Service, SERVQUAL, Importance-Performance Analysis

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat membuat proyek akhir dengan judul **“Peningkatan Kepuasan Pengunjung akan Layanan di *Amazing Art World Bandung*”**. Proyek akhir ini merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi dalam semester 7 di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata

Selama proses penyusunan proyek akhir ini penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan. Pihak-pihak yang dimaksud antara lain:

1. Bapak Faisal Kasim, SST.Par., MM.Par., selaku Ketua Sekolah NHI Tinggi Pariwisata Bandung;
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc., selaku Ketua Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung;
3. Bapak Valentino Sumardi, MM.Par., selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata;
4. Bapak R. Wisnu Rahtomo, S.Sos., MM., selaku dosen pembimbing pertama atas waktu, ilmu, dan arahan dalam penyusunan proyek akhir;
5. Bapak Dr. Riadi Darwis, M.Pd, selaku dosen pembimbing kedua atas waktu, ilmu, dan arahan dalam penyusunan proyek akhir;

6. Seluruh manajemen dan karyawan *Amazing Art World* yang telah memberi izin penelitian dan bersikap kooperatif dalam memberikan informasi terhadap topik yang terkait;
7. Ibu Ida Ramida, Bapak Djoko Hadijanto, Chynthia Diyan Dara, dan Chyndaka Hendra Aulia Rahman, selaku orang tua dan kakak/adik tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik secara moril dan material;
8. Muhammad Suta Wijaya, yang selalu memberikan semangat; dan
9. Teman seperjuangan MBW 2016 dan semua pihak yang turut membantu dan memberi dukungan kepada penulis dalam proses penyusunan proyek akhir ini;

Dalam penulisan proyek akhir ini, penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dalam tutur bahasa maupun penulisan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca merupakan masukan yang sangat berguna bagi penulis. Akhir kata semoga proyek akhir ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Bandung,2020

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR DIAGRAM	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Kajian Teori	8
1. Usaha Pariwisata	8
2. Kepuasan Pengunjung	9
3. Kualitas Layanan	12
B. Kerangka Pemikiran	15
BAB III METODE PENELITIAN	17
A. Pendekatan Penelitian	17
B. Obyek Penelitian	17

C. Populasi dan Sampling	17
D. Metode Pengumpulan Data	18
E. Definisi Operasional Variabel	20
F. Analisis Data	22
G. Validitas dan Reliabilitas	23
H. Jadwal Penelitian	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	27
A. Hasil Penelitian	27
1. Profil Perusahaan.....	27
2. Data Profil Responden	41
3. Data <i>Expected Service</i>	43
4. Data <i>Perceived Service</i>	47
5. Data Upaya Perusahaan untuk Meningkatkan Kepuasan Pengunjung akan Layanan	51
B. Pembahasan	64
1. Analisis Kepuasan Pengunjung	64
2. Analisis Upaya Perusahaan untuk Meningkatkan Kepuasan Pengunjung akan Layanan	77
BAB V.....	83
A. Kesimpulan	83
B. Rekomendasi.....	84
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	93

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1 Struktur Organisasi.....	28
------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Ulasan Ketidakpuasan Pengunjung	3
Gambar 2 <i>Importance-Performance Matrix</i>	10
Gambar 3 Kerangka Pemikiran	16
Gambar 4 Logo <i>Amazing Art World</i>	27
Gambar 5 <i>Ticket Booth</i>	29
Gambar 6 <i>Aqua zone</i>	31
Gambar 7 <i>Dinosaurs Zone</i>	32
Gambar 8 <i>Animal Zone</i>	32
Gambar 9 <i>Painting Zone</i>	33
Gambar 10 <i>Roma Italia Zone</i>	34
Gambar 11 <i>Daily Zone</i>	34
Gambar 12 <i>Video Art Zone</i>	35
Gambar 13 <i>Horror Zone</i>	36
Gambar 14 <i>Main Hall</i>	37
Gambar 15 <i>Black Art Zone</i>	37
Gambar 16 <i>Fantasy Zone</i>	38
Gambar 17 <i>Love Zone</i>	39
Gambar 18 <i>Winter Zone</i>	39
Gambar 19 <i>Activity Package Arteinment</i>	40
Gambar 20 Fasilitas Parkir	53
Gambar 21 Fasilitas Musholla	53
Gambar 22 Fasilitas <i>Coffe Shop</i>	55

Gambar 23 Fasilitas Restoran	55
Gambar 24 Fasilitas <i>Souvenir Shop</i>	56
Gambar 25 Fasilitas <i>Store</i>	56
Gambar 26 Fasilitas <i>Main Hall</i>	57
Gambar 27 Fasilitas <i>Function Hall</i>	58
Gambar 28 <i>Importance-Performance Analysis Matrix</i> <i>Amazing Art World</i>	73
Gambar 29 Papan Peta Galeri	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Skala Pengukuran <i>Importance</i> dan <i>Performance</i>	19
Tabel 2 Operasional Variabel	20
Tabel 3 Skor Indikator Kepentingan (<i>Importance</i>) dan Persepsi (<i>Performance</i>).....	22
Tabel 4 Hasil Uji Validitas Instrumen	23
Table 5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	25
Tabel 6 Jadwal Penelitian	26
Tabel 7 Data Profil Responden	42
Tabel 8 Data <i>Expected Service Tangible</i>	43
Tabel 9 Data <i>Expected Service Reliability</i>	44
Tabel 10 Data <i>Expected Service Responsiveness</i>	45
Tabel 11 Data <i>Expected Service Assurance</i>	46
Tabel 12 Data <i>Expected Service Empathy</i>	47
Tabel 13 Data <i>Perceived Service Tangible</i>	48
Tabel 14 Data <i>Perceived Service Reliability</i>	48
Tabel 15 Data <i>Perceived Service Responsiveness</i>	49
Tabel 16 Data <i>Perceived Service Assurance</i>	50
Tabel 17 Data <i>Perceived Service Empathy</i>	51
Tabel 18 Informasi yang Diberikan pada Media sosial.....	60
Tabel 19 Nilai <i>Expected Service</i>	64
Tabel 20 Nilai <i>Perceived Service</i>	68
Tabel 21 Nilai <i>Service Quality</i>	71

Tabel 22 Indikator Kuadran A	75
Tabel 23 Indikator Kuadran B	75
Tabel 24 Indikator Kuadran C	76
Tabel 25 Indikator Kuadran D	77
Tabel 26 Faktor yang Berkaitan dengan Kuadran A.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	93
Lampiran 2 Pedoman Wawancara	98
Lampiran 3 Hasil Wawancara.....	100
Lampiran 4 Peta Galeri.....	110
Lampiran 5 Uji Validitas <i>Expected</i>	111
Lampiran 6 Uji Validitas <i>Perceived</i>	112

DAFTAR PUSTAKA

- Amazing Art World. (2017). *Amazing Art World*. (Online). Tersedia: www.amazingartworld.co.id [24 Februari 2020].
- Apriyono, Ahmad. (2016). *Ini 10 Daerah dengan Indeks Pariwisata Tertinggi Di Indonesia*. (Online). Tersedia: www.liputan6.com/lifestyle/read/2671822/ini-10-daerah-dengan-indeks-pariwisata-tertinggi-di-indonesia [24 Februari 2020].
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Peraturan Ketua Badan Pusat Statistik Nomer 19 Tahun 2017*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Jogloabang. (2019). *UU 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata*. (online). Tersedia: www.jogloabang.com/pustaka/uu-10-2009-kepariwisataan [24 Februari 2020]
- Facebook. (2020). *Ulasan Amazing Art World Bandung*. (Online). Tersedia: www.facebook.com/pg/AmazingArtWorld.Bandung/reviews/?ref=page_internal [24 Februari 2020].
- Instagram. (2020). *Amazing Art World Bandung*. (Online). Tersedia: www.instagram.com/amazingartworld.bandung?igshid=1fbcy1jqc5c7j [13 Juni 2020].
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (2019). *Arti Persepsi Menurut KBBI*. (Online). Tersedia: www.kbbi.web.id/persepsi [24 Februari 2020].
- Kasiram. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Parasuraman, A. Zeithaml V. A, and Berry L.L. (1985) *Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. *Journal of Marketing*, Vol. 49, 41-50.
- Pharsi, Yugowati, Nofi Erni, dan Bohal Juanda. (2015). *Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap Produk Air Minum (Studi Kasus : Perusahaan CV.OEN Jaya)*. *Jurnal Metris*, 35-44.
- Riadi, Muchlisin. (2017). *Pengertian, Jenis dan Cara Menghitung Validitas*. (Online). Tersedia: www.kajianpustaka.com/2017/04/pengertian-jenis-dan-cara-menghitung-validitas.html [6 April 2020].

- Sakti, Guntur. (2019). *Menpar Sebut Kabupaten Bandung Potensial Jadi Destinasi Wisata Kelas Dunia*. (Online). Tersedia: www.kemenpar.go.id/post/siaran-pers-menpar-sebut-kabupaten-bandung-potensial-jadi-destinasi-wisata-kelas-dunia/ [24 Februari 2020].
- Sari, Suci Wulan. (2015). *Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Ndalem Ngabean Resto*. Yogyakarta: Skripsi. Fakultas Teknik. Universitas Negeri. Yogyakarta.
- Suhendra, Ardi, dan Dwi Prasetyanto. (2016). *Kajian Tingkat Kepuasan Pengguna Trans Metro Bandung Koridor 2 Menggunakan Pendekatan Importance-Performance Analysis*. Jurnal Online Institut Teknologi Nasional, 59-70.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima Jilid 2*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius chandra. (2016). *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Undang-Undang. (2009). *Undang-Undang No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata*. Jakarta: Undang-Undang.
- Vidianto. Fredi. (2015). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Wisata terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Wisatawan Pada Obyek Wisata Bromo Brobolinggo*. Jember: Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Jember.
- Wardani, Tri Ulfa. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek*. Sumatera Utara: Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri.
- Yahya, Arif. (2019). *Rencana Pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (Kek) Pariwisata di Jawa Barat*. (Online). Tersedia: bappeda.jabarprov.go.id/wp-content/uploads/2019/04/2.-RENCANA-PENGEMBANGAN-KAWASAN-EKONOMI-KHUSUS-KEK-PARIWISATA-DI-JAWA-BARAT.pdf
- Zeithaml, V., Bitner, M., dan Gremler, D. (2009). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. 5th ed. New York: McGraw Hill.