

PENINGKATAN SERVICE QUALITY DI CHINATOWN BANDUNG

PROYEK AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan
Program Diploma IV
Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata
Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Disusun Oleh :

IMMANUEL KEVIN MARSFEIL
201621115

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN KEPARIWISATAAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG
2020**

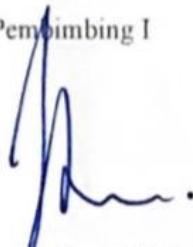
LEMBAR PENGESAHAN

PROYEK AKHIR

PENINGKATAN *SERVICE QUALITY* DI CHINATOWN BANDUNG

NAMA : IMMANUEL KEVIN MARSFEIL
NIM : 201621115
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN : KEPARIWISATAAN

Pembimbing I



Drs. Jacob Ganef Pah, MT
NIP. 19631101 199903 1 001

Pembimbing II



Nurdin Hidayah, S.ST.Par., MM
NIP. 19810102 200912 1 004

Bandung, 2020

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi
Akademik dan Kemahasiswaan,

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata
NHI Bandung,

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

Faisal, MM.Par., CHE
NIP. 19730706 199503 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Immanuel Kevin Marsfeil
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta / 31 Agustus 1998
NIM : 201621115
Jurusan : Kepariwisataaan
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Proyek Akhir yang berjudul:
PENINGKATAN SERVICE QUALITY DI CHINATOWN BANDUNG ini 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 Proyek Akhir 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 Proyek Akhir 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 STP NHI Bandung ini serta peraturan- peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 15 Juli 2020
Yang membuat pernyataan,



Immanuel Kevin Marsfeil
201621115

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan hasil akhir berupa rekomendasi untuk meningkatkan kualitas layanan yang apabila diterapkan nantinya diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung Chinatown Bandung. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan sampel sebanyak 120 orang pengunjung dan wawancara yang dilakukan terhadap pihak manajemen. Penulis mengacu pada konsep kualitas layanan yaitu *SERVQUAL* dengan membandingkan kepentingan/ekspektasi pengunjung dengan penilaian/persepsi pengunjung terhadap kelima dimensi *SERVQUAL*. Kemudian, penulis menggunakan alat *Importance-Performance Analysis* untuk memetakan indikator-indikator mana yang perlu diperbaiki dan dipertahankan. Pada akhirnya, penulis menyimpulkan bahwa kualitas layanan yang diberikan sudah memuaskan tetapi belum dapat memenuhi ekspektasi pengunjung. Penulis merumuskan rekomendasi berdasarkan hasil analisis berupa program pelatihan karyawan, program pemberian penghargaan untuk karyawan, program kompetisi antar karyawan, pembuatan *job description* & buku panduan bagi karyawan.

Kata kunci: Kualitas Layanan, *SERVQUAL*, *Importance-Performance Analysis*

ABSTRACT

The purpose of this research is to provide the final result in the form of recommendations to improve the quality of services that, when applied later, will be expected to increase the satisfaction of Chinatown Bandung visitors. In this study, the authors used a quantitative approach with a descriptive method. The data collection methods used are questionnaires with samples of 120 visitors and interviews conducted on the management. The author refers to the concept of service quality that is SERVQUAL by comparing the importance of visitors with the assessment/perception of visitors to the five dimensions of SERVQUAL. Later, the authors use the Importance-Performance Analysis tool to map out which indicators to fix and maintain. Ultimately, the authors concluded that the quality of service provided is satisfactory but not yet able to meet the expectations of visitors. Authors formulate recommendations based on analysis results in the form of employee training programs, awarding programs for employees, inter-employee competition programs, making job description & handbook for employees.

Keywords: Quality of Service, SERVQUAL, Importance-Performance Analysis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir yang berjudul “Peningkatan *Service Quality* di Chinatown Bandung” yang diajukan sebagai salah satu syarat dalam mengikuti sidang proyek akhir Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan dalam penyusunan Proyek Akhir ini, pihak-pihak yang dimaksud antara lain:

1. Bapak Faisal, MM.Par., CHE., selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung,
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.So., M.Sc., selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan,
3. Bapak Valentino Sumardi, MM.Par., selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata,
4. Bapak Drs. Jacob Ganef Pah, MT., selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan waktu, ilmu, dan bimbingan selama proses penyusunan Proyek Akhir ini,
5. Bapak Nurdin Hidayah, S.ST.Par., MM., selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan waktu, ilmu, dan bimbingan selama proses penyusunan Proyek Akhir ini,
6. Seluruh dosen dan staf program studi Manajemen Bisnis Pariwisata,
7. Ibu Marissa selaku *Marketing Manager* dari Chinatown Bandung yang telah memberikan izin penelitian dan telah membantu penulis dalam penyusunan data Proyek Akhir ini,
8. Ibu Josie Shirley Leatemia dan Bapak Frankie Hitipeuw sebagai kedua orang tua yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik secara moril dan materil kepada penulis,
9. Wolves Basecamp El-Ciwar, Mayang, Clarisa dan Ratih yang selalu berkenan direpotkan dan juga memberikan bantuan, dukungan & semangat kepada penulis,

10. Serta teman-teman dari MBW 2016 dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah menyemangati penulis untuk menyelesaikan Proyek Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Proyek Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga Proyek Akhir ini dapat bermanfaat bagi Chinatown Bandung dan juga bagi para pembaca.

Bandung, 15 Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR DIAGRAM	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Kajian Teori.....	10
B. Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Pendekatan Penelitian.....	22
B. Objek Penelitian	22
C. Populasi dan <i>Sampling</i>	23
D. Metode Pengumpulan Data.....	23
E. Operasional Variabel	24
F. Analisis Data.....	26
G. Validitas dan Reliabilitas	28
H. Jadwal Penelitian.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
A. Hasil Penelitian	32
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	32
2. Hasil Data Kuesioner Pengunjung	41

3. Hasil Data Wawancara.....	52
B. Pembahasan.....	56
1. Analisis Nilai Ekspektasi/Kepentingan (<i>Importance</i>)	56
2. Analisis Nilai Persepsi/Penilaian (<i>Performance</i>)	59
3. Analisis Kepuasan Pengunjung	64
4. Analisis Upaya Perusahaan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan ...	71
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	81
A. Kesimpulan	81
B. Rekomendasi.....	82
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Skala Pengukuran Tingkat Ekspektasi/Kepentingan (<i>Importance</i>) dan Persepsi/Penilaian (<i>Performance</i>)	24
Tabel 2 Operasionalisasi Variabel	25
Tabel 3 Nilai Indikator Ekspektasi/Kepentingan (<i>Importance</i>) dan Persepsi/Penilaian (<i>Performance</i>)	26
Tabel 4 Validitas Kuesioner Ekspektasi/Kepentingan (<i>Importance</i>)	28
Tabel 5 Validitas Kuesioner Persepsi/Penilaian (<i>Performance</i>)	29
Tabel 6 Reliabilitas Kuesioner Ekspektasi/Kepentingan (<i>Importance</i>) dan Persepsi/Penilaian (<i>Performance</i>)	30
Tabel 7 Jadwal Penelitian	31
Tabel 8 Data Profil Pengunjung	42
Tabel 9 Data Ekspektasi/Kepentingan (<i>Importance</i>) Pengunjung (Dimensi <i>Tangibles</i>)	43
Tabel 10 Data Ekspektasi/Kepentingan (<i>Importance</i>) Pengunjung (Dimensi <i>Emphaty</i>)	44
Tabel 11 Data Ekspektasi/Kepentingan (<i>Importance</i>) Pengunjung (Dimensi <i>Responsiveness</i>)	45
Tabel 12 Data Ekspektasi/Kepentingan (<i>Importance</i>) Pengunjung (Dimensi <i>Reliability</i>)	46
Tabel 13 Data Ekspektasi/Kepentingan (<i>Importance</i>) Pengunjung (Dimensi <i>Assurance</i>)	47
Tabel 14 Data Persepsi/Penilaian (<i>Performance</i>) Pengunjung (Dimensi <i>Tangibles</i>)	48
Tabel 15 Data Persepsi/Penilaian (<i>Performance</i>) Pengunjung (Dimensi <i>Emphaty</i>)	49
Tabel 16 Data Persepsi/Penilaian (<i>Performance</i>) Pengunjung (Dimensi <i>Responsiveness</i>)	50
Tabel 17 Data Persepsi/Penilaian (<i>Performance</i>) Pengunjung (Dimensi <i>Reliability</i>)	51
Tabel 18 Data Persepsi/Penilaian (<i>Performance</i>) Pengunjung	

(Dimensi <i>Assurance</i>)	52
Tabel 19 Nilai Ekspektasi/Kepentingan (<i>Importance</i>).....	57
Tabel 20 Nilai Persepsi/Penilaian (<i>Performance</i>).....	60
Tabel 21 Nilai Kepuasan Pengunjung.....	64
Tabel 22 Nilai Indikator Kuadran A.....	69
Tabel 23 Nilai Indikator Kuadran B.....	70
Tabel 24 Nilai Indikator Kuadran C.....	70
Tabel 25 Nilai Indikator Kuadran D	71
Tabel 26 Faktor Terkait Dalam Kuadran A	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Ulasan Pengunjung	5
Gambar 2 Empat Kategori Daya Tarik.....	12
Gambar 3 <i>Importance-Performance Matrix</i>	19
Gambar 4 Kerangka Pemikiran	21
Gambar 5 <i>Importance-Performance Matrix</i>	27
Gambar 6 Logo Chinatown Bandung	32
Gambar 7 Struktur Organisasi Chinatown Bandung	35
Gambar 8 Spot Foto 'The Infinity Room'.....	36
Gambar 9 <i>Food Stall</i> Kuliner Lokal	37
Gambar 10 <i>Playground</i> Anak.....	38
Gambar 11 Jasa Fotografi.....	38
Gambar 12 Jasa Sewa Kostum Ada China	39
Gambar 13 Penjualan Oleh-Oleh.....	40
Gambar 14 Pertunjukkan Musik.....	40
Gambar 15 Pertunjukkan Barongsai	41
Gambar 16 Contoh Format Program Pelatihan Kerja.....	84
Gambar 17 Contoh Format Sertifikat Penghargaan.....	85
Gambar 18 Contoh Format Sertifikat Pemenang Kompetisi	87
Gambar 19 Contoh Format <i>Job Description</i> Karyawan	88
Gambar 20 Contoh Format Buku Panduan Karyawan	89

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1 Persentase Ulasan Pengunjung.....	5
Diagram 2 Diagram Kartesius <i>Importance-Performance Analysis</i>	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	93
Lampiran 2 Pedoman Wawancara	94
Lampiran 3 Hasil Wawancara.....	95
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	100
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian	114
Lampiran 6 Bukti Telah Melakukan Penelitian	115
Lampiran 7 Formulir Bimbingan Proyek Akhir	116
Lampiran 8 Hasil Cek Plagiarisme (Turnitin)	119
Lampiran 9 Biodata Penulis	128

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Fyall, A. (2008). *Managing visitor attractions*. Routledge.
- Ford, C.R., Sturman, C.M., & Heaton, P.C., (2012). *Managing Quality Service In Hospitality : How Organizations Achieve Excellence In The Guest Experience*. Delmar, Cengage Learning.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. (2018). *Principles of Marketing: Seventeenth Edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sanusi, A. (2011). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Bandung: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian & Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Swarbrooke, J., & Page, S. J. (2002). *Development and management of visitor attractions*. Routledge.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). *Service, quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Williams, C., & Buswell, J. (2003). *Service quality in leisure and tourism*. CABI publishing.
- Zeithaml, V., Bitner, M., dan Gremler, D. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. 5th ed. New York: McGraw Hill.

Sumber Jurnal

- Atilgan, E., Akinci, S., & Aksoy, S. (2003). *Mapping service quality in the tourism industry*. *Managing Service Quality: An International Journal*.
- Sureshchandar, G. S., Chandrasekharan Rajendran, dan R. N Anantharaman. (2002). *The Relationship Between Service Quality And Customer Satisfaction*. *Journal of Service Marketing*, 16(4), 363 – 379.

- Tsang, N. K. F., Lee, L. Y. S., Wong, A., & Chong, R. (2012). *THEMEQUAL: Adapting the SERVQUAL Scale to Theme Park Services: A Case of Hong Kong Disneyland*. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 29, 416- 429
- Wu, H. C., Li, M. Y., & Li, T. (2018). *A study of experiential quality, experiential value, experiential satisfaction, theme park image, and revisit intention*. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(1), 26-73.

Sumber Lainnya

- Badan Pusat Statistik Jawa Barat 2019. Diakses pada 15 Februari 2020, dari <https://jabar.bps.go.id/>
- Destinasi Wisata di Bandung. Diakses pada 19 Maret 2020, dari <https://disbudpar.bandung.go.id/destination/>
- Google Review. Diakses pada 20 Februari 2020, dari <https://www.google.com/>
- Google Pictures. Diakses pada 22 Mei & 10 Juli 2020, dari <https://www.google.com/>
- Instagram Resmi Chinatown Bandung. Diakses pada 15 Juni 2020, dari <https://www.instagram.com/chinatownbandung/?hl=en>
- Tempat Wisata di Bandung. Diakses pada 16 Februari 2020, dari <https://www.nativeindonesia.com/tempat-wisata-di-bandung/>
- Website Resmi Chinatown Bandung. Diakses pada 14 Juni 2020, dari <https://www.chinatownbandung.com/>