

ABSTRAK

Objek penelitian ini berlokasi di Kebun Binatang Tamansari yang beralamat di Jalan Kebun Binatang No. 6, Bandung. Masalah yang dihadapi oleh Kebun Binatang tersebut saat ini adalah penurunan jumlah pengunjung pada 6 tahun terakhir (2003 sampai 2008). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyebab terjadinya masalah tersebut dan memberi usulan perbaikan yang ada.

Adapun metode yang digunakan ialah metode *Servqual*. Metode ini dipakai untuk mengukur persepsi dan harapan pengunjung terhadap atribut layanan yang ada di Kebun Binatang Tamansari. Setelah mengetahui atribut layanan yang belum memuaskan pengunjung, maka dicari prioritas perbaikan terhadap atribut layanan yang ada dengan menggunakan metode Kano. Prioritas yang ada meliputi kategori *Must be*, *One Dimensional*, dan *Attractive*. Selanjutnya dilakukan pengecekan untuk GAP 1 sampai GAP 4 beserta penyebabnya. Sementara itu, untuk usulan digunakan analisis SWOT. Di akhir usulan, dilakukan perancangan *icon* dengan dasar analisis SWOT untuk menarik pengunjung dan agar pengunjung yang ada ingin kembali lagi mengunjunginya.

Populasi yang menjadi penelitian ini ialah pengunjung Kebun Binatang Taman Sari yang sudah berusia 17 tahun ke atas yang sudah berkunjung lebih dari 2 kali ke Kebun Binatang Tamansari Bandung dan menggunakan sarana permainan atau hiburan yang ada, dengan jenis teknik sampling yang digunakan *Purposive Sampling* dan *Sampling Aksidental* dimana pengambilan sampel dilakukan berdasarkan kebetulan (siapa saja yang kebetulan bertemu) dengan pertimbangan tertentu. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 sampel.

Dari hasil pengolahan data yang dilakukan, diperoleh bahwa nilai total *Servqual Score* yang ada untuk GAP 5 ialah -0.12 untuk dimensi *Tangibles*, -0.04 untuk dimensi *Reliability*, -0.03 untuk dimensi *Assurance*, -0.05 untuk dimensi *Responsiveness*, dan -0.09 untuk dimensi *Emphaty*. Selain itu juga terdapat kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dengan spesifikasi layanan (GAP 2) dan spesifikasi layanan dengan penyampaian jasa (GAP 3).

Usulan yang diberikan untuk pihak pengelola antara lain ialah memanfaatkan kelebihan (kekuatan) yang ada saat ini diperoleh dari fasilitas layanan yang dimiliki, kelebihan sisi manajemen dan karyawan. Selain itu, perusahaan juga sebaiknya memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ada pada atribut layanan yang belum dapat memuaskan pengunjungnya saat ini, kelemahan dari sisi manajemen dan karyawan. Tidak hanya itu, perusahaan juga sebaiknya memanfaatkan peluang yang ada dari gaya hidup masyarakat saat ini dan pertumbuhan penduduk yang ada di Bandung khususnya serta mengatasi ancaman yang berasal dari lingkungan sekitar, peraturan daerah, dan pesaing. Di samping itu, peneliti juga merancang beberapa *icon* untuk menarik minat pengunjung seperti "*Feeding the animal*", "*Give Emphaty*", "*Rebirth Activity*", dan tempat makan atau tempat beristirahat yang menyerupai bentuk-bentuk hewan.

Kata kunci (*keywords*): Perbaikan Kualitas Pelayanan

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-3
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	1-3
1.3.1 Pembatasan Masalah.....	1-3
1.3.2 Asumsi.....	1-4
1.4 Perumusan Masalah.....	1-4
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-5
1.6 Sistematika Penelitian.....	1-5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Persepsi.....	2-1
2.1.1 Pengertian Persepsi.....	2-1
2.1.2 Faktor-Faktor Pembentuk Persepsi.....	2-2
2.2 Harapan.....	2-3
2.2.1 Pengertian Harapan.....	2-3
2.2.2 Faktor-Faktor Pembentuk Harapan.....	2-3
2.3 <i>Service Quality</i>	2-4
2.3.1 Pengertian Kualitas.....	2-4
2.3.2 Pengertian Jasa.....	2-5
2.3.3 Pengertian <i>Service Quality</i>	2-7
2.3.4 Dimensi Kualitas Jasa.....	2-11
2.3.5 Pengukuran Kualitas Jasa.....	2-13

2.3.5.1 Pengukuran GAP 5	2-13
2.3.5.2 Pengukuran GAP 1	2-16
2.3.5.3 Pengukuran GAP 2	2-16
2.3.5.4 Pengukuran GAP 3	2-16
2.3.5.5 Pengukuran GAP 4	2-17
2.4 Teknik dan Metode Pengumpulan Data.....	2-17
2.4.1 Wawancara (<i>Interview</i>).....	2-17
2.4.2 Kuesioner (Angket).....	2-18
2.4.3 Observasi (Pengamatan)	2-19
2.5 Populasi dan Sampel	2-20
2.5.1 Populasi.....	2-20
2.5.2 Sampel.....	2-20
2.6 Teknik Sampling	2-20
2.7 Cara Menentukan Ukuran Sampel	2-22
2.8 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	2-23
2.8.1 Macam-Macam Skala Pengukuran	2-23
2.8.2 Tipe-Tipe Skala Pengukuran.....	2-24
2.9 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-25
2.9.1 Pengujian Validitas Instrumen	2-25
2.9.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-26
2.10 Uji Hipotesis	2-27
2.11 Metode Kano	2-29
2.12 Analisis SWOT	2-32
2.13 Unsur Utama Pemasaran	2-36

BAB 3 SISTEMATIKA PENELITIAN

3.1 Pendahuluan	3-3
3.1.1 Penelitian Pendahuluan	3-3
3.1.2 Tinjauan Pustaka	3-3
3.2 Definisi dan Identifikasi Masalah	3-3
3.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-4
3.4 Perumusan Masalah	3-4

3.5 Tujuan Penelitian	3-5
3.6 Penyusunan Variabel Penelitian	3-5
3.7 Penentuan Teknik Sampling dan Jumlah Sampel	3-6
3.8 Penyusunan Kuesioner	3-7
3.8.1 Kuesioner untuk Konsumen	3-7
3.8.2 Kuesioner untuk Manajemen	3-10
3.8.3 Kuesioner untuk Karyawan	3-13
3.9 Validitas Konstruk	3-16
3.10 Penyebaran Kuesioner Kepada Ke-30 Responden Pertama	3-18
3.11 Uji Validitas dan Reliabilitas	3-19
3.12 Penyebaran Kuesioner Ke-70 Responden Lainnya	3-19
3.13 Penyebaran Kuesioner ke Pihak Manajemen dan Karyawan	3-19
3.14 Pengujian dan Analisis GAP 5	3-20
3.15 Pengolahan dan Analisis Prioritas Perbaikan dengan Kano	3-23
3.16 Pengujian dan Analisis GAP 1, 2, 3, dan 4	3-24
3.17 Analisis SWOT	3-30
3.18 Perancangan <i>Icon</i> dengan Dasar Analisis SWOT	3-30
3.19 Usulan	3-30
3.20 Kesimpulan dan Saran	3-31

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Objek Pengamatan	4-1
4.1.1 Sejarah Perusahaan	4-1
4.1.2 Kondisi Perusahaan Saat Ini	4-4
4.1.3 Struktur Organisasi	4-5
4.1.4 Deskripsi Pekerjaan	4-7
4.2 Pengumpulan Data Pendahuluan	4-12
4.3 Pengumpulan Data Pendahuluan	4-12
4.4 Pengujian Validitas Instrumen	4-13
4.5 Pengujian Reliabilitas Instrumen	4-15
4.6 Penyebaran Kuesioner Responden Pengunjung Akhir	4-15
4.7 Kuesioner untuk Pihak Manajemen	4-16

4.8 Kuesioner untuk Pihak Karyawan	4-17
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1 Pengukuran GAP 5 (Kesenjangan antara Harapan Konsumen dengan Persepsi Kualitas)	5-1
5.1.1 Analisis dengan Perhitungan Sqi	5-1
5.1.2 Analisis dengan Pengujian Hipotesis (GAP 5)	5-4
5.2 Pengolahan dan Analisis Perbaikan dengan Kano	5-17
5.3 Pengukuran GAP 1 (Kesenjangan antara Persepsi Manajemen dengan Harapan Konsumen)	5-21
5.3.1 Analisis dengan Rata-rata Nilai Persepsi Manajemen dengan Harapan Konsumen Per Dimensi	5-21
5.3.2 Analisis dengan Pengujian Hipotesis (GAP 5)	5-23
5.4 Pengukuran GAP 2 (Kesenjangan antara Persepsi Manajemen dengan Spesifikasi Kualitas Layanan)	5-26
5.4.1 Analisis dengan Rata-rata Nilai Persepsi Manajemen dengan Rata-rata Penilaian Sosialisasi dan Kesesuaian Standar	5-26
5.4.2 Analisis Penyebab GAP 2	5-31
5.5 Pengukuran GAP 3 (Kesenjangan antara Spesifikasi Kualitas Layanan dengan Penyampaian Layanan)	5-33
5.5.1 Analisis dengan Rata-rata Sosialisasi Spesifikasi Kualitas Layanan dengan Rata-rata Penilaian Penyampaian Layanan	5-33
5.5.2 Analisis Penyebab GAP 3	5-38
5.6 Pengukuran GAP 4 (Kesenjangan antara Penyampaian Layanan dengan Komunikasi Eksternal)	5-40
5.7 Usulan Berdasarkan Analisis SWOT	5-45
5.8 Perancangan <i>Icon</i> dengan Dasar Analisis SWOT	5-61
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-4
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

KOMENTAR DOSEN PENGUJI
DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Pengklasifikasian Atribut Berdasarkan Metode Kano	2-31
2.2	Matrik SWOT	2-36
3.1	Variabel Penelitian	3-6
3.2	Penyebab GAP 1 dan GAP 2	3-11
3.2	Penyebab GAP 1 dan GAP 2 (lanjutan)	3-12
3.3	Penyebab GAP 3 dan GAP 4	3-15
3.3	Penyebab GAP 3 dan GAP 4 (lanjutan)	3-16
3.4	Hasil Konstruk dari Bpk. Rudijanto Muis, ST., MT.	3-16
3.4	Hasil Konstruk dari Bpk. Rudijanto Muis, ST., MT. (lanjutan)	3-17
3.5	Hasil Konstruk dari Ibu Christina ST., MT.	3-17
3.5	Hasil Konstruk dari Ibu Christina ST., MT. (lanjutan)	3-18
3.6	Hasil Konstruk dari Bpk. Ir. Rudy Wawolumaja, M.Sc.	3-18
3.7	Uji Hipotesis GAP 5 Konsumen per Atribut Jasa	3-22
3.9	Uji Hipotesis GAP 1 Manajer Vs Konsumen per Atribut Jasa	3-25
4.1	Hasil Pengujian Validitas untuk Kuesioner Harapan Pengunjung KBB Terhadap Atribut Layanan yang ada	4-14
4.2	Hasil Pengujian Validitas untuk Kuesioner Persepsi Pengunjung KBB Terhadap Atribut Layanan yang ada	4-14
4.3	Daftar Manajer yang Menjadi Responden	4-16
5.1	<i>Servqual Score Dimensi Tangible</i>	5-1
5.2	<i>Servqual Score Dimensi Reliability</i>	5-2
5.3	<i>Servqual Score Dimensi Assurance</i>	5-2
5.4	<i>Servqual Score Dimensi Responsiveness</i>	5-3
5.5	<i>Servqual Score Dimensi Emphaty</i>	5-3
5.6	Rangkuman Rata-rata Sqi Tiap Dimensi	5-4
5.7	Uji Hipotesis Gap 5 Konsumen per Item Pernyataan	5-5
5.8	Hasil Evaluasi Kano	5-17

Tabel	Judul	Halaman
5.8	Hasil Evaluasi Kano (lanjutan)	5-18
5.9	Data Persepsi Manajer Dimensi <i>Tangible</i>	5-21
5.10	Data Persepsi Manajer Dimensi <i>Reliable</i>	5-22
5.11	Data Persepsi Manajer Dimensi <i>Assurance</i>	5-22
5.12	Data Persepsi Manajer Dimensi <i>Responssiveness</i>	5-22
5.13	Data Persepsi Manajer Dimensi <i>Emphaty</i>	5-23
5.14	GAP 1 (Persepsi Manajer Vs Harapan Konsumen)	5-23
5.15	Uji Hipotesis Gap 1 Konsumen per Item Pernyataan	5-24
5.15	Uji Hipotesis Gap 1 Konsumen per Item Pernyataan (lanjutan)	5-25
5.16	GAP 2 Persepsi Manajer dengan Sosialisasi Standar	5-26
5.16	GAP 2 Persepsi Manajer dengan Sosialisasi Standar (lanjutan)	5-27
5.17	Penyebab GAP 2	5-32
5.18	GAP 3 Sosialisasi Standar Manajemen dengan Karyawan	5-33
5.18	GAP 3 Sosialisasi Standar Manajemen dengan Karyawan (lanjutan)	5-34
5.19	GAP 3 Penilaian Penyampaian Layanan	5-35
5.20	GAP 3 Spesifikasi Kualitas Layanan dengan Penyampaian Layanan	5-36
5.21	Penyebab GAP 3	5-39
5.22	Uraian Komunikasi Eksternal yang Diberikan Pihak KBB ke Pengunjung	5-40
5.23	GAP 4 Penyampaian Layanan dengan Komunikasi Eksternal	5-41
5.24	Rangkuman untuk Setiap GAP	5-42
5.24	Rangkuman untuk Setiap GAP (lanjutan)	5-43
5.25	Matrik SWOT	5-45

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Model Konseptual Servqual	2-8
2.2	<i>Customer Perception of Quality and Customer Satisfaction</i>	2-10
2.3	Diagram Analisis SWOT	2-35
3.1	<i>Flowchart</i> Sistematika Penelitian	3-1
3.1	<i>Flowchart</i> Sistematika Penelitian (lanjutan)	3-2
3.2	Model GAP 5 Servqual	3-20
3.3	Model GAP 1 Servqual	3-24
3.4	Model GAP 2 Servqual	3-25
3.5	Model GAP 3 Servqual	3-27
3.6	Model GAP 4 Servqual	3-29
4.1	Jumlah Pengunjung KBB Tamansari Bandung	4-5
4.2	Struktur Organisasi Kebun Binatang Tamansari Bandung	4-6
5.1	Daerah Penolakan H_0 GAP 5	5-4
5.2	Keanekaragaman Jenis Hewan	5-6
5.3	Kapasitas Tempat Duduk untuk Beristirahat	5-7
5.4	Kesehatan Penampilan Fisik Hewan	5-7
5.5	Kebersihan Kandang Hewan	5-8
5.6	Kebersihan Penampilan Fisik Hewan	5-8
5.7	Kebersihan Sekitar Jalan Setapak Tempat Pengunjung Melintas	5-9
5.8	Kebersihan WC	5-9
5.9	Kebersihan tempat duduk untuk beristirahat	5-10
5.10	Keamanan Jalan Setapak untuk Dilalui Jika Sehabis Hujan	5-13
5.11	Kondisi Antrian Tiket Masuk	5-13
5.12	Kesesuaian Lokasi Hewan dengan Petunjuk Lokasi	5-16
5.13	GAP 1 (Persepsi Manajemen Vs Harapan Konsumen)	5-23
5.14	Daerah Penolakan H_0 GAP 1	5-24

Gambar	Judul	Halaman
5.15	Papan Komitmen Pihak KBB Tamansari yang Bersedia Membantu Pengunjung Jika Mendapat Kesulitan	5-41
5.16	Penyebab Antar GAP	5-44
5.17	Tempat Pembuangan Umum di Depan KBB Tamansari	5-59
5.18	Segmen Pasar Menurut Usia	5-61
5.19	Segmen Pasar Menurut Status Marital	5-62
5.20	Segmen Pasar Menurut Usia Anak Pengunjung	5-62
5.21	Segmen Pasar Menurut Pekerjaan	5-63
5.22	Segmen Pasar Menurut Budget Rekreasi per Kali per Orang	5-63
5.23	Segmen Pasar Menurut Sumber Motivasi	5-64
5.24	Segmen Pasar Menurut Kewenangan	5-64
5.25	Segmen Pasar Menurut Tujuan	5-65
5.26	Usulan Pertambahan Sarana Permainan atau Hiburan	5-65
5.27	Niat Kembali	5-66
5.28	Peringkat Media Iklan	5-66
5.29	Minat Membeli Pakan dan Memberi ke Hewan	5-68
5.30	Biaya Bayar Pakan	5-69
5.31	Minat Terhadap Baju Pelestarian	5-70
5.32	Usulan Pertambahan Jenis Fauna	5-71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pengunjung	L1-1
1	Kuesioner Manajemen	L1-8
1	Kuesioner Karyawan	L1-23
2	Tabel Uji Validitas Persepsi Pengunjung	L2-1
2	Tabel Uji Realibilitas Persepsi Pengunjung (Atribut Ganjil)	L2-1
2	Tabel Uji Realibilitas Persepsi Pengunjung (Atribut Genap)	L2-2
2	Tabel Uji Validitas Harapan Pengunjung	L2-2
2	Tabel Uji Realibilitas Harapan Pengunjung (Atribut Ganjil)	L2-3
2	Tabel Uji Realibilitas Harapan Pengunjung (Atribut Genap)	L2-3
2	Tabel Persepsi Pengunjung	L2-4
2	Tabel Harapan Pengunjung	L2-6
2	Tabel Bobot Servqual Pengunjung	L2-8
2	Perhitungan Sqi Dimensi <i>Tangible</i>	L2-9
2	Perhitungan Sqi Dimensi <i>Reliability</i>	L2-10
2	Perhitungan Sqi Dimensi <i>Assurance</i>	L2-11
2	Perhitungan Sqi Dimensi <i>Responsiveness</i>	L2-12
2	Perhitungan Sqi Dimensi <i>Emphaty</i>	L2-13
2	Tabel Kano	L2-14
2	Tabel Olahan Kano	L2-18
2	Rangkuman Profil Responden	L2-26
2	Rangkuman Kuesioner Bagian Pertama	L2-27
2	Rangkuman Kuesioner Bagian Kedua	L2-29
3	Data Persepsi Manajemen Terhadap Harapan Pengunjung KBB Tamansari	L3-1
3	Data Performansi Standar Pelayanan yang Ada di KBB Tamansari Bandung (GAP 2-3)	L3-1

Lampiran	Judul	Halaman
3	Data Kesesuaian Performansi Standar Pelayanan yang Ada di KBB Tamansari Bandung dengan Persepsi Manajer Terhadap Harapan Pengunjung (GAP 2)	L3-1
3	Data Penyebab GAP 1 dan 2	L3-2
3	Olahan Data Penyebab GAP 1 dan 2	L3-2
3	Data Penilaian Pihak Manajemen Terhadap Kinerja Karyawannya Saat Ini (GAP 3)	L3-2
3	Data Penilaian Pihak Manajemen Terhadap Kinerja Karyawan untuk Dapat Memenuhi Janji Perusahaannya Kepada Pengunjung (GAP 4)	L3-3
4	Data Penilaian Penilaian Pihak Karyawan Terhadap Sosialisasi Standar Yang Ada (GAP 3)	L4-1
4	Data Penilaian Pihak Karyawan Terhadap Kinerjanya Saat Ini (Gap 3)	L4-3
4	Data Penilaian Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan (dan juga Manajer) Untuk Dapat Memenuhi Janji Perusahaannya Kepada Pengunjung (GAP 4)	L4-6
4	Data Penyebab GAP 3 dan 4	L4-7
4	Olahan Data Penyebab GAP 3 dan 4	L4-9
5	Wawancara Pendahuluan	L5-1
5	Tanggapan Nara Sumber Seminar Proposal	L5-2
5	Komentar Dosen Pembimbing	L5-3
5	Tanggapan Nara Sumber Seminar Isi	L5-5
5	Tabel Uji Z	
5	Validitas Konstruk	
5	Surat Pengesahan Perusahaan	
5	Surat Keterangan Tugas Akhir	