

KATA PENGANTAR

Dengan hormat, saya sebagai mahasiswi dari Fakultas Psikologi, Universitas Kristen Maranatha, Bandung melakukan penelitian tentang “Survei mengenai Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan di Hotel ‘X’ Bandung”. Tujuan dari penelitian ini untuk mendapatkan gambaran tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Hotel “X”, Bandung.

Kuesioner ini berisi pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan tujuan penelitian. Jawaban yang Saudara berikan akan menjadi data penelitian. Oleh karena itu, saya memohon kesediaan Saudara untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Sekian sepatah kata dari saya sebagai peneliti. Saya mengucapkan terima kasih atas kesediaan Saudara mengisi kuesioner ini.

Hormat saya,

Peneliti

*Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau,
Janganlah bimbang sebab Aku ini Allahmu;
Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau;
Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku
yang membawa kemenangan.*

Yesaya 41:10

*On the mountains of truth
you can never climb in vain:
Either you will reach a point higher up today,
or you will be training your power
so that you will be able to climb higher tomorrow.*

NN – Bandung Advertising

(Jawaban boleh lebih dari satu pilihan!)

- Media massa (majalah, koran, TV, radio)
- Internet
- Biro *travel & tours*
- Pamflet hotel
- Keluarga
- Teman atau rekan kerja
- Karyawan hotel
- _____

5. Apakah informasi dari keluarga, teman, atau rekan kerja akan mempengaruhi harapan Saudara untuk memilih menginap di hotel ini? a. Ya b. Tidak
6. Apakah Saudara berharap pihak hotel telah menyampaikan informasi (melalui pamflet, internet, media massa) sesuai dengan fasilitas dan pelayanannya?
a. Ya b. Tidak
7. Menurut Saudara, bagaimana reputasi hotel ini sekarang?
a. Baik b. Cukup c. Buruk
8. Menurut Saudara, bagaimana biaya yang ditawarkan untuk mendapatkan pelayanan di hotel ini? a. Murah b. Sesuai standard hotel c. Mahal
9. Apakah Saudara mengharapkan pelayanan hotel ini sesuai dengan biayanya?
a. Ya b. Tidak
10. Apakah Saudara mempunyai filosofi bahwa tamu harus mendapatkan pelayanan yang berkualitas sesuai yang dijanjikan pihak hotel? a. Ya b. Tidak
11. Apakah Saudara mengharapkan pihak hotel tetap memenuhi permintaan dalam situasi darurat? a. Ya b. Tidak
12. Menurut Saudara, apa perbedaan hotel ini dengan hotel lain?
-
-
13. Apakah Saudara percaya dengan kualitas pelayanan hotel ini sebagai hotel bintang empat? a. Ya b. Tidak
14. Menurut saudara, pelayanan hotel ini: a. Sudah optimal b. Kurang optimal
15. Apakah Saudara ingin menginap di hotel ini lagi? a. Ya b. Tidak
16. Bagaimana harapan Saudara mengenai pelayanan hotel ini berikutnya?
a. kualitas pelayanan hotel dipertahankan
b. ada peningkatan kualitas pelayanan hotel

KUESIONER KEPUASAN KONSUMEN

BAGIAN EXPECTED SERVICE

Pada kuesioner bagian *expected service* ini, Saudara diminta untuk membaca setiap pernyataan dan memilih salah satu alternatif jawaban. Jawaban Saudara tidak ada yang benar atau salah, karena kuesioner ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana Saudara mengharapkan karakteristik pelayanan yang harus dimiliki hotel.

- Bacalah setiap pernyataan dan pilihlah jawaban sesuai dengan harapan atau keinginan Saudara terhadap kualitas pelayanan hotel sebelum menginap!
- Berilah tanda silang atau *check list* pada salah satu kolom jawaban yang sesuai dengan harapan Saudara (di samping pernyataan)!

Kolom-kolom tersebut terdiri dari empat alternatif jawaban, sebagai berikut:

SS = Saudara sangat setuju dengan pernyataan.

S = Saudara setuju dengan pernyataan.

TS = Saudara tidak setuju dengan pernyataan.

STS = Saudara sangat tidak setuju dengan pernyataan.

Bacalah dan jawablah setiap pernyataan dengan tidak tergesa-gesa! Selamat mengerjakan!

Pilihlah salah satu alternatif jawaban sesuai dengan harapan Saudara!

No.	Pernyataan	Expected Service			
		SS	S	TS	STS
Saya mengharapkan					
1.	Lokasi hotel dekat dengan kota sehingga mudah ditempuh dengan kendaraan pribadi atau umum				
2.	Tidak terjadi kesalah-pahaman ketika berkomunikasi dengan karyawan hotel.				
3.	Karyawan hotel berbicara dengan sopan saat melayani konsumen.				
4.	Karyawan hotel mengetahui semua informasi mengenai fasilitas dan pelayanan hotel.				
5.	Kebersihan kamar tidur dan kamar mandi terjaga sehingga memberikan kenyamanan.				
6.	Karyawan hotel tanggap dan menanggapi setiap permintaan konsumen.				
7.	Restoran menyediakan makanan dan minuman sesuai daftar menu.				
8.	Pelayanan yang diberikan pihak hotel sesuai dengan motto atau slogan hotel.				
9.	Karyawan hotel bertanya untuk memastikan kembali permintaan konsumen sebelum melayani.				
10.	Karyawan hotel selalu menyapa konsumen yang baru datang di hotel.				
11.	Konsumen percaya bahwa karyawan hotel mampu memenuhi permintaannya.				
12.	Hotel berada di lokasi berudara sejuk dengan pemandangan yang menarik.				
13.	Penataan letak ruangan atau kamar hotel mudah diingat konsumen.				
14.	Pihak hotel berusaha mengetahui dan memahami keinginan para konsumennya (melalui angket atau wawancara).				
15.	Karyawan hotel tersenyum ramah saat menyambut konsumen yang baru datang di hotel.				

16.	Karyawan hotel segera memenuhi permintaan konsumennya.				
17.	Karyawan hotel mudah ditemui saat konsumen memerlukan bantuan.				
18.	Karyawan hotel harus menguasai min. satu macam bahasa asing (terutama bahasa Inggris).				
19.	Pihak hotel menyediakan peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan konsumen selama menginap di hotel (selimut, hanger baju, handuk, perlengkapan mandi).				
20.	Karyawan hotel menjelaskan fasilitas dan cara pemakaian peralatan hotel (secara akurat) kepada konsumen.				
21.	Fasilitas dan pelayanan yang disediakan hotel sesuai dengan informasi yang didapat konsumen.				
22.	Karyawan hotel tetap bersikap tenang dan bersedia melayani konsumen dengan mengeluh.				
23.	Penampilan karyawan hotel kelihatan rapi dan bersih.				
24.	Suasana restoran membuat konsumen merasa nyaman saat menyantap makanan atau minumannya.				
25.	Sikap karyawan hotel yang menghargai konsumennya menimbulkan rasa percaya konsumen terhadap pelayanan hotel.				
26.	Karyawan hotel menunjukkan sikap simpatik dan berusaha menenangkan konsumen yang mengalami masalah.				
27.	Pihak hotel membangun dan mengembangkan fasilitas dan pelayanannya sesuai dengan perubahan lingkungan konsumennya dan sekitar hotel.				
28.	Hotel menyediakan arena dan fasilitas olahraga.				
29.	Karyawan hotel menjawab jika konsumen bertanya mengenai fasilitas dan pelayanan hotel.				
30.	Konsumen percaya bahwa pihak hotel selalu melatih dan mengembangkan kemampuan karyawannya.				

31.	Pihak hotel memberikan pelayanan lebih cepat dari waktu yang dijanjikan.				
32.	Konsumen tidak harus menunggu lama, karena pelayanan diberikan dengan cepat oleh pihak hotel.				
33.	Karyawan hotel mengenal dan berusaha mengingat konsumen yang dilayani.				
34.	Penataan ruangan menarik dan teratur sehingga suasana menjadi nyaman.				
35.	Karyawan hotel tepat melayani setiap permintaan konsumen.				
36.	Karyawan hotel tetap bersedia melayani konsumen, walaupun sibuk melayani konsumen lain.				
37.	Karyawan hotel bersikap sopan dan santun terhadap konsumen.				
38.	Karyawan hotel tidak hanya melayani, tetapi peduli dan memperhatikan keinginan konsumen.				
39.	Karyawan hotel memakai seragam yang telah ditetapkan pihak hotel.				
40.	Kebersihan arena dan fasilitas olahraga memberikan kenyamanan saat konsumen berolahraga.				
41.	Karyawan hotel bersikap ramah saat melayani konsumen.				
42.	Konsumen percaya terhadap keamanan hotel selama menginap.				

KUESIONER KEPUASAN KONSUMEN

BAGIAN *PERCEIVED SERVICE*

Pada kuesioner bagian *perceived service* ini, Saudara diminta untuk membaca setiap pernyataan dan memilih salah satu alternatif jawaban. Jawaban Saudara tidak ada yang benar atau salah, karena kuesioner ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana Saudara menilai karakteristik pelayanan yang dimiliki pihak hotel. Penilaian berdasarkan pengalaman yang Saudara terima dan rasakan selama menginap di hotel.

- Bacalah setiap pernyataan dan pilihlah jawaban sesuai dengan pengalaman Saudara terhadap kualitas pelayanan hotel selama menginap!
- Berilah tanda silang atau *check list* pada salah satu kolom jawaban yang sesuai dengan penilaian Saudara (di samping pernyataan)!

Kolom-kolom tersebut terdiri dari empat alternatif jawaban, sebagai berikut:

SS = Saudara sangat setuju dengan pernyataan.

S = Saudara setuju dengan pernyataan.

TS = Saudara tidak setuju dengan pernyataan.

STS = Saudara sangat tidak setuju dengan pernyataan.

Bacalah dan jawablah setiap pernyataan dengan tidak tergesa-gesa! Selamat mengerjakan!

Pilihlah salah satu alternatif jawaban sesuai dengan pengalaman Saudara!

No.	Pernyataan	<i>Perceived Service</i>			
		Saya menilai...	SS	S	TS
1.	Penataan letak ruangan atau kamar hotel mudah diingat konsumen.				
2.	Karyawan hotel mengetahui semua informasi mengenai fasilitas dan pelayanan hotel.				
3.	Karyawan hotel tersenyum ramah saat menyambut konsumen yang baru datang di hotel.				
4.	Restoran menyediakan makanan dan minuman sesuai daftar menu.				
5.	Lokasi hotel dekat dengan kota sehingga mudah ditempuh dengan kendaraan pribadi atau umum.				
6.	Karyawan hotel segera memenuhi permintaan konsumennya.				
7.	Karyawan hotel tanggap dan menyanggupi setiap permintaan konsumen.				
8.	Pelayanan yang diberikan pihak hotel sesuai dengan motto atau slogan.				
9.	Pihak hotel berusaha mengetahui dan memahami keinginan para konsumennya (melalui angket atau wawancara).				
10.	Karyawan hotel selalu menyapa konsumen yang baru datang di hotel.				
11.	Karyawan hotel bertanya untuk memastikan kembali permintaan konsumen sebelum melayani.				
12.	Kebersihan kamar tidur dan kamar mandi terjaga sehingga memberikan kenyamanan.				

13.	Karyawan hotel menunjukkan sikap simpatik dan berusaha menenangkan konsumen yang mengalami masalah.				
14.	Karyawan hotel berbicara dengan sopan saat melayani konsumen.				
15.	Hotel menyediakan arena dan fasilitas olahraga.				
16.	Karyawan hotel mudah ditemui saat konsumen memerlukan bantuan.				
17.	Tidak terjadi kesalah-pahaman ketika berkomunikasi dengan karyawan hotel.				
18.	Konsumen percaya bahwa karyawan hotel mampu memenuhi permintaannya.				
19.	Suasana restoran membuat konsumen merasa nyaman saat menyantap makanan atau minumannya.				
20.	Fasilitas dan pelayanan yang disediakan hotel sesuai dengan informasi yang didapat konsumen.				
21.	Karyawan hotel menjelaskan fasilitas dan cara pemakaian peralatan hotel (secara akurat) kepada konsumen.				
22.	Karyawan hotel tetap bersikap tenang dan bersedia melayani konsumen yang mengeluh.				
23.	Hotel berada di lokasi berudara sejuk dengan pemandangan yang menarik.				
24.	Pihak hotel menyediakan peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan konsumen selama menginap di hotel (selimut, hanger baju, handuk, perlengkapan mandi).				
25.	Sikap karyawan hotel yang menghargai konsumennya menimbulkan rasa percaya konsumen terhadap pelayanan hotel.				
26.	Karyawan hotel mengenal dan berusaha mengingat konsumen yang dilayani.				
27.	Pihak hotel membangun dan mengembangkan fasilitas				

	dan pelayanannya sesuai dengan perubahan lingkungan konsumennya dan sekitar lokasi hotel.				
28.	Penataan ruangan menarik dan teratur sehingga suasana menjadi nyaman.				
29.	Karyawan hotel tetap bersedia melayani konsumen, walaupun sibuk melayani konsumen lain.				
30.	Kebersihan arena dan fasilitas olahraga memberikan kenyamanan saat konsumen berolahraga.				
31.	Karyawan hotel harus menguasai min. satu macam bahasa asing (terutama bahasa Inggris).				
32.	Pihak hotel memberikan pelayanan lebih cepat dari waktu yang dijanjikan.				
33.	Karyawan hotel bersikap sopan dan santun terhadap konsumen.				
34.	Konsumen percaya bahwa pihak hotel selalu melatih dan mengembangkan kemampuan karyawannya.				
35.	Penampilan karyawan hotel kelihatan rapi dan bersih.				
36.	Konsumen tidak harus menunggu lama, karena pelayanan diberikan dengan cepat oleh pihak hotel.				
37.	Karyawan hotel bersikap ramah saat melayani konsumen.				
38.	Karyawan hotel tepat melayani setiap permintaan konsumen.				
39.	Karyawan hotel menjawab jika konsumen bertanya mengenai fasilitas dan pelayanan hotel.				
40.	Konsumen percaya terhadap keamanan hotel selama menginap.				
41.	Karyawan hotel tidak hanya melayani, tetapi peduli dan memperhatikan keinginan konsumen.				
42.	Karyawan hotel memakai seragam yang telah ditetapkan pihak hotel.				

Lampiran A

Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur Bagian *Expected Service*:

- Rata-rata Koefisien Validitas Alat Ukur Bagian *Expected Service*: 0,61

(derajat validitas sedang).

No. Item	Koefisien	Keterangan
1	0,25	Direvisi
2	0,27	Direvisi
3	0,66	Dipakai
4	0,62	Dipakai
5	0,53	Dipakai
6	0,74	Dipakai
7	0,65	Dipakai
8	0,76	Dipakai
9	0,25	Direvisi
10	0,62	Dipakai
11	0,55	Dipakai
12	0,67	Dipakai
13	0,63	Dipakai
14	0,60	Dipakai
15	0,62	Dipakai
16	0,33	Direvisi
17	0,81	Dipakai

No. Item	Koefisien	Keterangan
22	0,65	Dipakai
23	0,74	Dipakai
24	0,51	Dipakai
25	0,73	Dipakai
26	0,69	Dipakai
27	0,48	Dipakai
28	0,60	Dipakai
29	0,63	Dipakai
30	0,65	Dipakai
31	0,43	Dipakai
32	0,74	Dipakai
33	0,65	Dipakai
34	0,73	Dipakai
35	0,57	Dipakai
36	0,38	Direvisi
37	0,65	Dipakai
38	0,69	Dipakai

18	0,44	Dipakai
19	0,71	Dipakai
20	0,64	Dipakai
21	0,85	Dipakai

39	0,68	Dipakai
40	0,77	Dipakai
41	0,70	Dipakai
42	0,61	Dipakai

- **Nilai Reliabilitas Alat Ukur Bagian *Expected Service*:** 0,80 (derajat reliabilitas tinggi)

Lampiran B

Validitas dan Realibilitas Alat Ukur Bagian *Perceived Service*:

- **Rata-rata Keofisien Validitas Alat Ukur Bagian *Perceived Service*:** 0,62 (derajat validitas sedang).

No. Item	Koefisien	Keterangan
1	0,83	Dipakai
2	0,51	Dipakai
3	0,84	Dipakai
4	0,74	Dipakai
5	0,65	Dipakai
6	0,73	Dipakai
7	0,62	Dipakai
8	0,67	Dipakai
9	0,63	Dipakai
10	0,67	Dipakai
11	0,45	Dipakai
12	0,57	Dipakai
13	0,44	Dipakai
14	0,71	Dipakai
15	0,78	Dipakai

No. Item	Koefisien	Keterangan
22	0,38	Direvisi
23	0,75	Dipakai
24	0,68	Dipakai
25	0,71	Dipakai
26	0,48	Dipakai
27	0,75	Dipakai
28	0,40	Dipakai
29	0,58	Dipakai
30	0,74	Dipakai
31	0,54	Dipakai
32	0,75	Dipakai
33	0,53	Dipakai
34	0,64	Dipakai
35	0,57	Dipakai
36	0,73	Dipakai

16	0,76	Dipakai
17	0,41	Dipakai
18	0,66	Dipakai
19	0,71	Dipakai
20	0,64	Dipakai
21	0,45	Dipakai

37	0,54	Dipakai
38	0,31	Direvisi
39	0,57	Dipakai
40	0,48	Dipakai
41	0,60	Dipakai
42	0,64	Dipakai

- **Nilai Reliabilitas Alat Ukur Bagian *Perceived Service*: 0,77** (derajat reliabilitas tinggi)

Lampiran C

Kisi-kisi Alat Ukur Kepuasan Konsumen Bagian *Expected Service*

Dimensi	Indikator	Item-item Pertanyaan
<i>Tangibles</i>	Lokasi hotel	1. Lokasi hotel dekat dengan kota sehingga mudah ditempuh dengan kendaraan pribadi atau umum. 12. Hotel berada di lokasi berudara sejuk dengan pemandangan yang menarik.
	Kamar	5. Kebersihan kamar tidur dan kamar mandi terjaga sehingga memberikan kenyamanan. 19. Pihak hotel menyediakan peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan konsumen selama menginap di hotel (selimut, hanger baju, handuk, perlengkapan mandi).
	Restoran	7. Restoran menyediakan makanan dan minuman sesuai daftar menu. 24. Suasana restoran membuat konsumen merasa nyaman saat menyantap makanan atau minumannya.
	Fasilitas olahraga	28. Hotel menyediakan arena dan fasilitas

		<p>olahraga.</p> <p>40. Kebersihan arena dan fasilitas olahraga memberikan kenyamanan saat konsumen berolahraga.</p>
	Penataan ruang	<p>13. Penataan letak ruangan atau kamar hotel mudah diingat konsumen.</p> <p>34. Penataan ruangan menarik dan teratur sehingga suasana menjadi nyaman.</p>
	Penampilan karyawan hotel	<p>23. Penampilan karyawan hotel kelihatan rapi dan bersih.</p> <p>39. Karyawan hotel memakai seragam yang telah ditetapkan pihak hotel.</p>
<i>Reliability</i>	Pelayanan sesuai janji	<p>8. Pelayanan yang diberikan pihak hotel sesuai dengan motto atau slogan.</p> <p>21. Fasilitas dan pelayanan yang disediakan hotel sesuai dengan informasi yang didapat konsumen.</p> <p>31. Pihak hotel memberikan pelayanan lebih cepat dari waktu yang dijanjikan.</p>
	Pelayanan yang akurat	<p>9. Karyawan hotel bertanya untuk memastikan kembali permintaan konsumen sebelum melayani.</p> <p>20. Karyawan hotel menjelaskan fasilitas dan cara pemakaian peralatan hotel (secara akurat) kepada konsumen.</p> <p>35. Karyawan hotel melayani setiap permintaan konsumen dengan tepat.</p>
<i>Responsiveness</i>	Kesiapan karyawan melayani	<p>6. Karyawan hotel tanggap dan menyanggupi setiap permintaan konsumen.</p> <p>17. Karyawan hotel mudah ditemui saat konsumen memerlukan bantuan.</p> <p>22. Karyawan hotel tetap bersikap tenang dan</p>

		<p>bersedia melayani konsumen yang mengeluh.</p> <p>36. Karyawan hotel tetap bersedia melayani konsumen, walaupun sibuk melayani konsumen lain.</p>
	Kecepatan pelayanan	<p>16. Karyawan hotel segera memenuhi permintaan konsumennya.</p> <p>32. Konsumen tidak harus menunggu lama, karena pelayanan diberikan dengan cepat oleh pihak hotel.</p>
<i>Assurance</i>	Kesopanan karyawan hotel	<p>3. Karyawan hotel berbicara dengan sopan saat melayani konsumen.</p> <p>37. Karyawan hotel bersikap sopan dan santun terhadap konsumen.</p>
	Keramahan karyawan hotel	<p>15. Karyawan hotel tersenyum ramah saat menyambut konsumen yang baru datang di hotel.</p> <p>41. Karyawan hotel bersikap ramah saat melayani konsumen.</p>
	Pengetahuan karyawan hotel	<p>4. Karyawan hotel mengetahui semua informasi mengenai fasilitas dan pelayanan hotel.</p> <p>29. Karyawan hotel menjawab jika konsumen bertanya mengenai fasilitas dan pelayanan hotel.</p>
	Komunikasi	<p>2. Tidak terjadi kesalah-pahaman ketika berkomunikasi dengan karyawan hotel.</p> <p>18. Karyawan hotel harus menguasai min satu macam bahasa asing (terutama bahasa Inggris).</p>
	Kepercayaan konsumen terhadap pelayanan	<p>11. Konsumen percaya bahwa karyawan hotel mampu memenuhi permintaannya.</p> <p>25. Sikap karyawan hotel yang menghargai konsumennya menimbulkan rasa percaya konsumen terhadap pelayanan hotel.</p> <p>30. Konsumen percaya bahwa pihak hotel selalu melatih dan mengembangkan kemampuan</p>

		<p>karyawannya.</p> <p>42. Konsumen percaya terhadap keamanan hotel selama menginap.</p>
<i>Empathy</i>	Kepedulian atau perhatian	<p>10. Karyawan hotel selalu menyapa konsumen yang baru datang di hotel.</p> <p>26. Karyawan hotel menunjukkan sikap simpatik dan berusaha menenangkan konsumen yang mengalami masalah.</p> <p>33. Karyawan hotel mengenal dan berusaha mengingat konsumen yang dilayani.</p> <p>38. Karyawan hotel tidak hanya melayani, tetapi peduli dan memperhatikan keinginan konsumen.</p>
	Pemahaman kebutuhan konsumen	<p>14. Pihak hotel berusaha mengetahui dan memahami keinginan para konsumennya (melalui angket atau wawancara).</p> <p>27. Pihak hotel membangun dan mengembangkan fasilitas dan pelayanannya sesuai dengan perubahan lingkungan konsumennya dan sekitar lokasi hotel.</p>

Kisi-kisi Alat Ukur Kepuasan Konsumen Bagian *Perceived Service*

Dimensi	Indikator	Item-item Pertanyaan
<i>Tangibles</i>	Lokasi hotel	<p>5. Lokasi hotel dekat dengan kota sehingga mudah ditempuh dengan kendaraan pribadi atau umum.</p> <p>23. Hotel berada di lokasi berudara sejuk dengan pemandangan yang menarik.</p>
	Kamar	<p>12. Kebersihan kamar tidur dan kamar mandi terjaga sehingga memberikan kenyamanan.</p> <p>24. Pihak hotel menyediakan peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan konsumen selama</p>

		menginap di hotel (selimut, hanger baju, handuk, perlengkapan mandi).
	Restoran	4. Restoran menyediakan makanan dan minuman sesuai daftar menu. 19. Suasana restoran membuat konsumen merasa nyaman saat menyantap makanan atau minumannya.
	Fasilitas olahraga	15. Hotel menyediakan arena dan fasilitas olahraga. 30. Kebersihan arena dan fasilitas olahraga memberikan kenyamanan saat konsumen berolahraga.
	Penataan ruang	1. Penataan letak ruangan atau kamar hotel mudah diingat konsumen. 28. Penataan ruangan menarik dan teratur sehingga suasana menjadi nyaman.
	Penampilan karyawan hotel	35. Penampilan karyawan hotel kelihatan rapi dan bersih. 42. Karyawan hotel memakai seragam yang telah ditetapkan pihak hotel.
<i>Reliability</i>	Pelayanan sesuai janji	8. Pelayanan yang diberikan pihak hotel sesuai dengan motto atau slogan. 20. Fasilitas dan pelayanan yang disediakan hotel sesuai dengan informasi yang didapat konsumen. 32. Pihak hotel memberikan pelayanan lebih cepat dari waktu yang dijanjikan.
	Pelayanan yang akurat	11. Karyawan hotel bertanya untuk memastikan kembali permintaan konsumen sebelum melayani. 21. Karyawan hotel menjelaskan fasilitas dan cara pemakaian peralatan hotel (secara akurat) kepada

		<p>konsumen.</p> <p>38. Karyawan hotel melayani setiap permintaan konsumen dengan tepat.</p>
<i>Responsiveness</i>	Kesiapan karyawan melayani	<p>7. Karyawan hotel tanggap dan menanggapi setiap permintaan konsumen.</p> <p>16. Karyawan hotel mudah ditemui saat konsumen memerlukan bantuan.</p> <p>22. Karyawan hotel tetap bersikap tenang dan bersedia melayani konsumen yang mengeluh.</p> <p>29. Karyawan hotel tetap bersedia melayani konsumen, walaupun sibuk melayani konsumen lain.</p>
	Kecepatan pelayanan	<p>6. Karyawan hotel segera memenuhi permintaan konsumennya.</p> <p>36. Konsumen tidak harus menunggu lama, karena pelayanan diberikan dengan cepat oleh pihak hotel.</p>
<i>Assurance</i>	Kesopanan karyawan hotel	<p>14. Karyawan hotel berbicara dengan sopan saat melayani konsumen.</p> <p>33. Karyawan hotel bersikap sopan dan santun terhadap konsumen.</p>
	Keramahan karyawan hotel	<p>3. Karyawan hotel tersenyum ramah saat menyambut konsumen yang baru datang di hotel.</p> <p>37. Karyawan hotel bersikap ramah saat melayani konsumen.</p>
	Pengetahuan karyawan hotel	<p>2. Karyawan hotel mengetahui semua informasi mengenai fasilitas dan pelayanan hotel.</p> <p>39. Karyawan hotel menjawab jika konsumen bertanya mengenai fasilitas dan pelayanan hotel.</p>
	Komunikasi	<p>17. Tidak terjadi kesalah-pahaman ketika berkomunikasi dengan karyawan hotel.</p> <p>31. Karyawan hotel harus menguasai min satu</p>

		<p>macam bahasa asing (terutama bahasa Inggris).</p>
	Kepercayaan konsumen terhadap pelayanan	<p>18. Konsumen percaya bahwa karyawan hotel mampu memenuhi permintaannya.</p> <p>25. Sikap karyawan hotel yang menghargai konsumennya menimbulkan rasa percaya konsumen terhadap pelayanan hotel.</p> <p>34. Konsumen percaya bahwa pihak hotel selalu melatih dan mengembangkan kemampuan karyawannya.</p> <p>40. Konsumen percaya terhadap keamanan hotel selama menginap.</p>
<i>Empathy</i>	Kepedulian atau perhatian	<p>10. Karyawan hotel selalu menyapa konsumen yang baru datang di hotel.</p> <p>13. Karyawan hotel menunjukkan sikap simpatik dan berusaha menenangkan konsumen yang mengalami masalah.</p> <p>26. Karyawan hotel mengenal dan berusaha mengingat konsumen yang dilayani.</p> <p>41. Karyawan hotel tidak hanya melayani, tetapi peduli dan memperhatikan keinginan konsumen.</p>
	Pemahaman kebutuhan konsumen	<p>9. Pihak hotel berusaha mengetahui dan memahami keinginan para konsumennya (melalui angket atau wawancara).</p> <p>27. Pihak hotel membangun dan mengembangkan fasilitas dan pelayanannya sesuai dengan perubahan lingkungan konsumennya dan sekitar lokasi hotel.</p>

Lampiran D. Gambaran Tingkat Kepuasan Secara Umum

Tingkat Kepuasan Konsumen	Jumlah Responden	Persentase
Puas	18 orang	45%
Cukup Puas	2 orang	5%
Tidak Puas	20 orang	50%
Total Responden	40 orang	100%

Lampiran E. Gambaran Tingkat Kepuasan Berdasarkan Dimensi-dimensi Kualitas Pelayanan

Tingkat Kepuasan Konsumen	Dimensi-dimensi Kualitas Pelayanan									
	Tangibles		Reliability		Responsiveness		Assurance		Empathy	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Puas	20 orang	50%	8 orang	62,5%	5 orang	12,5%	14 orang	35%	16 orang	40%
Cukup Puas	5 orang	12,5%	7 orang	17,5%	8 orang	20%	5 orang	12,5%	12 orang	30%
Tidak Puas	15 orang	37,5%	25 orang	62,5%	27 orang	67,5%	21 orang	52,5%	12 orang	30%
Total Responden	40 orang	100%	40 orang	100%	40 orang	100%	40 orang	100%	40 orang	100%

Lampiran F.1. Tabulasi Silang antara Tingkat Kepuasan secara Umum dan Tingkat Kepuasan pada Dimensi Tangibles

Tingkat Kepuasan Konsumen secara Umum	Tingkat Kepuasan Konsumen pada Dimensi Tangibles						Total Responden	
	Puas		Cukup Puas		Tidak Puas		Jumlah	Persentase
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase		
Puas	16 orang	40%	1 orang	2,5%	1 orang	2,5%	18 orang	45%
Cukup Puas	1 orang	2,5%	1 orang	2,5%			2 orang	5%
Tidak Puas	3 orang	7,5%	3 orang	7,5%	14 orang	35%	20 orang	50%
Jumlah	20 orang	50%	5 orang	12,5%	15 orang	37,5%	40 orang	100%

Lampiran F.2. Tabulasi Silang antara Tingkat Kepuasan secara Umum dan Tingkat Kepuasan pada Dimensi Reliability

Tingkat Kepuasan Konsumen secara Umum	Tingkat Kepuasan Konsumen pada Dimensi Reliability						Total Responden	
	Puas		Cukup Puas		Tidak Puas		Jumlah	Persentase
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase		
Puas	5 orang	12,5%	6 orang	15%	7 orang	17,5%	18 orang	45%
Cukup Puas	1 orang	2,5%			1 orang	2,5%	2 orang	5%
Tidak Puas	2 orang	5%	1 orang	2,5%	17 orang	42,5%	20 orang	50%
Jumlah	8 orang	20%	7 orang	17,5%	25 orang	62,5%	40 orang	100%

Lampiran F.3. Tabulasi Silang antara Tingkat Kepuasan secara Umum dan Tingkat Kepuasan pada Dimensi Responsiveness

Tingkat Kepuasan Konsumen secara Umum	Tingkat Kepuasan Konsumen pada Dimensi Responsiveness						Total Responden	
	Puas		Cukup Puas		Tidak Puas		Jumlah	Persentase
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase		
Puas	5 orang	12,5%	7 orang	17,5%	6 orang	15%	18 orang	45%
Cukup Puas					2 orang	5%	2 orang	5%
Tidak Puas			1 orang	2,5%	19 orang	47,5%	20 orang	50%
Jumlah	5 orang	12,5%	8 orang	20%	27 orang	67,5%	40 orang	100%

Lampiran F.4. Tabulasi Silang antara Tingkat Kepuasan secara Umum dan Tingkat Kepuasan pada Dimensi Assurance

Tingkat Kepuasan Konsumen secara Umum	Tingkat Kepuasan Konsumen pada Assurance						Total Responden	
	Puas		Cukup Puas		Tidak Puas		Jumlah	Persentase
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase		
Puas	12 orang	30%	3 orang	7,5%	3 orang	7,5%	18 orang	45%
Cukup Puas	1 orang	2,5%			1 orang	2,5%	2 orang	5%
Tidak Puas	1 orang	2,5%	2 orang	5%	17 orang	42,5%	20 orang	50%
Jumlah	14 orang	35%	5 orang	12,5%	21 orang	52,5%	40 orang	100%

Lampiran F.5. Tabulasi Silang antara Tingkat Kepuasan secara Umum dan Tingkat Kepuasan pada Dimensi Empathy

Tingkat Kepuasan Konsumen secara Umum	Tingkat Kepuasan Konsumen pada Dimensi Empathy						Total Responden	
	Puas		Cukup Puas		Tidak Puas		Jumlah	Persentase
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase		
Puas	9 orang	22,5%	8 orang	20%	1 orang	2,5%	18 orang	45%
Cukup Puas	2 orang	5%					2 orang	5%
Tidak Puas	5 orang	12,5%	4 orang	10%	11 orang	27,5%	20 orang	50%
Jumlah	16 orang	40%	12 orang	30%	12 orang	30%	40 orang	100%

Lampiran G.1. Gambaran Tingkat Kepuasan pada Dimensi *Tangibles*

Tingkat Kepuasan Konsumen	Dimensi <i>Tangibles</i>											
	Lokasi Hotel		Kamar		Restoran		Fasilitas Olahraga		Penataan Ruang		Penampilan Karyawan	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Puas	19 orang	47,5%	8 orang	20%	12 orang	35%	19 orang	47,5%	19 orang	47,5%	18 orang	45%
Cukup Puas	11 orang	27,5%	15 orang	37,5%	14 orang	35%	8 orang	20%	8 orang	20%	14 orang	35%
Tidak Puas	10 orang	25%	17 orang	42,5%	14 orang	35%	13 orang	32,5%	13 orang	32,5%	8 orang	20%
Jumlah	40 orang	100%	40 orang	100%	40 orang	100%	40 orang	100%	40 orang	100%	40 orang	100%

Lampiran G.2. Gambaran Tingkat Kepuasan pada Dimensi *Reliability*

Tingkat Kepuasan Konsumen	Dimensi <i>Reliability</i>			
	Sesuai Janji		Keakuratan	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Puas	8 orang	20%	5 orang	12,5%
Cukup Puas	6 orang	15%	15 orang	37,5%
Tidak Puas	26 orang	65%	20 orang	50%
Jumlah	40 orang	100%	40 orang	100%

Lampiran G.3. Gambaran Tingkat Kepuasan pada Dimensi *Responsiveness*

Tingkat Kepuasan Konsumen	Dimensi <i>Responsiveness</i>			
	Kesiapan		Kecepatan	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Puas	6 orang	15%	4 orang	10%
Cukup Puas	7 orang	17,5%	10 orang	25%
Tidak Puas	27 orang	67,5%	26 orang	65%
Jumlah	40 orang	100%	40 orang	100%

Lampiran G.4. Gambaran Tingkat Kepuasan pada Dimensi *Assurance*

Tingkat Kepuasan Konsumen	Dimensi <i>Assurance</i>									
	Kesopanan		Keramahan		Pengetahuan		Komunikasi		Kepercayaan	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Puas	10 orang	25%	15 orang	37,5%	3 orang	7,5%	11 orang	27,5%	10 orang	25%
Cukup Puas	11 orang	27,5%	13 orang	32,5%	20 orang	50%	24 orang	60%	14 orang	35%
Tidak Puas	19 orang	47,5%	12 orang	30%	17 orang	42,5%	5 orang	12,5%	16 orang	40%
Jumlah	40 orang	100%	40 orang	100%	40 orang	100%	40 orang	100%	40 orang	100%

Lampiran G.5. Gambaran Tingkat Kepuasan pada Dimensi *Empathy*

Tingkat Kepuasan Konsumen	Dimensi <i>Empathy</i>			
	Kepedulian		Pemahaman	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Puas	13 orang	32,5%	17 orang	42,5%
Cukup Puas	10 orang	25%	15 orang	37,5%
Tidak Puas	17 orang	42,5%	8 orang	20%
Jumlah	40 orang	100%	40 orang	100%

Lampiran H.4. Gambaran Jenis Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai Negeri	2 orang	5%
Pegawai Swasta	16 orang	40%
Wiraswasta	5 orang	12,5%
Siswa/Mahasiswa	14 orang	35%
Ibu Rumah Tangga	3 orang	7,5%
Total Responden	40 orang	100%

Lampiran H.1. Gambaran Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
18 - 25 tahun	15 orang	37,5%
25-33 tahun	7 orang	17,5%
34-41 tahun	9 orang	22,5%
42-49 tahun	8 orang	20%
> 50 tahun	1 orang	2,5%
Jumlah	40 orang	100%

Lampiran H.5. Gambaran Penghasilan Responden (sebulan)

Penghasilan	Jumlah	Persentase
< 2 juta rupiah	16 orang	40%
2 juta - 4 juta rupiah	12 orang	30%
> 4 juta rupiah	12 orang	30%
Total Responden	40 orang	100%

Lampiran H.2. Gambaran Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	21 orang	52,5%
Wanita	19 orang	47,5%
Jumlah	40 orang	100%

Lampiran H.6. Gambaran Waktu Menginap di Hotel "X" Bandung

Jangka Waktu	Jumlah	Persentase
1 hari	9 orang	22,5%
2 hari	18 orang	45%
> 2 hari	13 orang	32,5%
Total Responden	40 orang	100%

Lampiran H.3. Gambaran Tempat Tinggal Responden

Wilayah	Jumlah	Persentase
Jakarta	17 orang	42,5%
Jawa	14 orang	35%
Luar Jawa	9 orang	22,5%
Jumlah	40 orang	100%

Lampiran H.7. Gambaran Kebutuhan Responden yang Diinginkan selama Menginap di Hotel "X" Bandung (*Personal Needs*)

Kebutuhan	Jumlah	Persentase
Fisik	38 orang	95%
Kenyamanan	39 orang	97,5%
Keamanan	37 orang	92,5%
Pengakuan	34 orang	85%
Pelayanan Tepat Waktu	35 orang	87,5%
Pelayanan Rapi & Akurat	33 orang	82,5%
Kebutuhan untuk Dimengerti	20 orang	50%
Kepedulian & Pertolongan	23 orang	57,5%

Lampiran H.8. Gambaran Alasan Responden Memilih Menginap di Hotel "X" Bandung (*Personal Needs*)

Alasan	Jumlah	Persentase
Dekat pusat kota & tujuan wisata	24 orang	60%
Fasilitas anak-anak & keluarga	9 orang	22,5%
Kenyamanan & kesejukan	8 orang	20%
Kegiatan bisnis	7 orang	17,5%
Hotel berbintang	4 orang	10%
Dekat dengan Universitas	3 orang	7,5%
Mudah mendapat angkutan umum	3 orang	7,5%

Lampiran H.9. Gambaran Sumber Informasi tentang Hotel "X" Bandung (*Explicit Service Promises & Word-of-Mouth Communication*)

Sumber Informasi	Jumlah	Persentase
Pamflet Hotel "X"	13 orang	32,5%
Internet	9 orang	22,5%
Biro <i>Travel & Tours</i>	9 orang	22,5%
Media Massa	4 orang	10%
Teman atau Rekan Kerja	28 orang	70%
Keluarga	16 orang	40%
Guru atau Sekolah	3 orang	7,5%
Karyawan Hotel "X"	3 orang	7,5%

Lampiran H.10. Gambaran Harapan Kesesuaian Informasi dengan Pelayanan Hotel "X" Bandung (*Explicit Service Promises*)

Pendapat Responden	Jumlah	Persentase
Sesuai	34 orang	85%
Tidak sesuai	6 orang	15%
Total Responden	40 orang	100%

Lampiran H.11. Gambaran Pengaruh *Word-of-Mouth Communication* terhadap Harapan Responden

Pendapat Responden	Jumlah	Persentase
Berpengaruh	37 orang	92,5%
Tidak Berpengaruh	3 orang	7,5%
Total Responden	40 orang	100%

Lampiran H.12. Gambaran Pengalaman Responden Menginap di Hotel "X" Bandung (*Past Experience*)

Pengalaman Menginap	Jumlah	Persentase
1 kali	23 orang	57,5%
2 kali	12 orang	30%
> 2 kali	5 orang	12,5%
Jumlah	40 orang	100%

Lampiran H.13. Gambaran Harapan Responden tentang Kesesuaian Biaya dengan Pelayanan (*Implicit Service Promises*)

Pendapat Responden	Jumlah	Persentase
Sesuai	38 orang	95%
Tidak Sesuai	2 orang	5%
Total Responden	40 orang	100%

Lampiran H.14. Gambaran Filosofi Responden akan Mendapatkan Pelayanan Berkualitas (*Enduring Service Intensifiers*)

Pendapat Responden	Jumlah	Persentase
Memiliki filosofi	40 orang	100%
Tidak memiliki filosofi		
Total Responden	40 orang	100%

Lampiran H.15. Gambaran Harapan Responden akan Pertolongan dalam Situasi Darurat (*Transitory Service Intensifiers*)

Pendapat Responden	Jumlah	Persentase
Memiliki harapan	40 orang	100%
Tidak ada harapan		
Total Responden	40 orang	100%

Lampiran H.16. Gambaran Kepercayaan Responden akan Pelayanan Hotel "X" Bandung (*Predicted Service*)

Kepercayaan Responden	Jumlah	Persentase
Percaya	33 orang	82,5%
Kurang Percaya	7 orang	17,5%
Total Responden	40 orang	100%

Lampiran H.17. Gambaran Biaya (Price)

Pendapat Responden	Jumlah	Persentase
Murah	8 orang	20%
Sesuai Standard	19 orang	47,5%
Mahal	13 orang	32,5%
Total Responden	40 orang	100%

Lampiran H.18. Gambaran Perbedaan Hotel "X" Bandung dengan Hotel Lain (Service Encounters & Evidence of Service)

Pendapat Responden	Jumlah	Persentase
Dekat dengan kota & tujuan wisata	36 orang	90%
Fasilitas bisnis & keluarga	17 orang	42,5%
Kenyamanan & kesejukan	15 orang	37,5%
Pelayanan yang ramah	9 orang	22,5%

Lampiran H.19. Gambaran Keinginan Responden Menginap Kembali di Hotel "X" Bandung (Service Encounters)

Pendapat Responden	Jumlah	Persentase
Ada keinginan menginap	31 orang	77,5%
Tidak ada keinginan menginap	9 orang	22,5%
Total Responden	40 orang	100%

Lampiran H.20. Gambaran Responden mengenai Pelayanan Hotel "X" Bandung (Evidence of Service)

Pendapat Responden	Jumlah	Persentase
Optimal	23 orang	57,5%
Kurang Optimal	17 orang	42,5%
Total Responden	40 orang	100%

Lampiran H.21. Gambaran Responden mengenai Image Hotel "X" Bandung

Pendapat Responden	Jumlah	Persentase
Baik	27 orang	67,5%
Cukup	8 orang	20%
Buruk	5 orang	12,5%
Total Responden	40 orang	100%

Lampiran H.22. Gambaran Harapan Responden akan Pelayanan Hotel "X" Bandung Berikutnya (Past Experience)

Pendapat Responden	Jumlah	Persentase
Pelayanan dipertahankan	11 orang	27,5%
Pelayanan ditingkatkan	29 orang	72,5%
Total Responden	40 orang	100%

Lampiran I.1. Tabulasi Silang Tingkat Kepuasan dan Harapan Kesesuaian Informasi dengan Pelayanan Hotel "X" Bandung

Tingkat Kepuasan Konsumen	Harapan				Total Responden	
	Sesuai		Tidak Sesuai		Jumlah	Persentase
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase		
Puas	17 orang	42,5%	1 orang	2,5%	18 orang	45%
Cukup Puas	1 orang	2,5%	1 orang	2,5%	2 orang	5%
Tidak Puas	16 orang	40%	4 orang	10%	20 orang	50%
Total Responden	34 orang	85%	6 orang	15%	40 orang	100%

Lampiran I.2. Tabulasi Silang Tingkat Kepuasan dan Pengaruh Word-of-Mouth Communication

Tingkat Kepuasan Konsumen	Word-of-Mouth Communication				Total Responden	
	Berpengaruh		Tidak Berpengaruh		Jumlah	Persentase
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase		
Puas	18 orang	45%			18 orang	45%
Cukup Puas	2 orang	5%			2 orang	5%
Tidak Puas	17 orang	42,5%	3 orang	7,5%	20 orang	50%
Total Responden	37 orang	92,5%	3 orang	7,5%	40 orang	100%

Lampiran I.3. Tabulasi Silang Tingkat Kepuasan dan Pengalaman Menginap di Hotel "X" Bandung

Tingkat Kepuasan Konsumen	Pengalaman Menginap						Total Responden	
	1 kali		2 kali		> 2 kali		Jumlah	Persentase
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase		
Puas	8 orang	20%	7 orang	17,5%	3 orang	7,5%	18 orang	45%
Cukup Puas	2 orang	5%					2 orang	5%
Tidak Puas	13 orang	32,5%	5 orang	12,5%	2 orang	5%	20 orang	50%
Total Responden	23 orang	57,5%	12 orang	30%	5 orang	12,5%	40 orang	100%

Lampiran I.4. Tabulasi Silang antara Tingkat Kepuasan dan Harapan Kesesuaian Biaya dengan Pelayanan Hotel "X" Bandung

Tingkat Kepuasan Konsumen	Harapan				Total Responden	
	Sesuai		Tidak Sesuai		Jumlah	Persentase
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase		
Puas	17 orang	42,5%	1 orang	2,5%	18 orang	45%
Cukup Puas	2 orang	5%			2 orang	5%
Tidak Puas	19 orang	47,5%	1 orang	2,5%	20 orang	50%
Total Responden	38 orang	95%	2 orang	5%	40 orang	100%

Lampiran I.5. Tabulasi Silang Tingkat Kepuasan dan Filosofi Mendapat Pelayanan Berkualitas

Tingkat Kepuasan Konsumen	Filosofi Mendapat Pelayanan Berkualitas				Total Responden	
	Memiliki		Tidak Memiliki		Jumlah	Persentase
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase		
Puas	18 orang	45%			18 orang	45%
Cukup Puas	2 orang	5%			2 orang	5%
Tidak Puas	20 orang	50%			20 orang	50%
Total Responden	40 orang	100%			40 orang	100%

Lampiran I.6. Tabulasi Silang Tingkat Kepuasan dan Harapan Pertolongan dalam Situasi Darurat

Tingkat Kepuasan Konsumen	Harapan Pertolongan				Total Responden	
	Memiliki		Tidak Memiliki		Jumlah	Persentase
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase		
Puas	18 orang	45%			18 orang	45%
Cukup Puas	2 orang	5%			2 orang	5%
Tidak Puas	20 orang	50%			20 orang	50%
Total Responden	40 orang	100%			40 orang	100%

Lampiran I.7. Tabulasi Silang Tingkat Kepuasan dan Kepercayaan akan Pelayanan Hotel "X"

Tingkat Kepuasan Konsumen	Kepercayaan				Total Responden	
	Percaya		Kurang Percaya		Jumlah	Persentase
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase		
Puas	17 orang	42,5%	1 orang	2,5%	18 orang	45%
Cukup Puas	1 orang	2,5%	1 orang	2,5%	2 orang	5%
Tidak Puas	15 orang	37,5%	5 orang	12,5%	20 orang	50%
Total Responden	33 orang	82,5%	7 orang	17,5%	40 orang	100%

Lampiran I.8. Tabulasi Silang Tingkat Kepuasan dan Keinginan Responden Menginap Kembali di Hotel "X"

Tingkat Kepuasan Konsumen	Keinginan Menginap Kembali				Total Responden	
	Ingin		Tidak Ingin		Jumlah	Persentase
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase		
Puas	16 orang	40%	2 orang	5%	18 orang	45%
Cukup Puas	2 orang	5%			2 orang	5%
Tidak Puas	13 orang	32,5%	7 orang	17,5%	20 orang	50%
Total Responden	31 orang	77,5%	9 orang	22,5%	40 orang	100%

Lampiran I.9. Tabulasi Silang Tingkat Kepuasan dan Pelayanan Hotel "X"

Tingkat Kepuasan Konsumen	Pelayanan				Total Responden	
	Optimal		Kurang Optimal		Jumlah	Persentase
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase		
Puas	13 orang	32,5%	5 orang	12,5%	18 orang	45%
Cukup Puas	2 orang	5%			2 orang	5%
Tidak Puas	8 orang	20%	12 orang	30%	20 orang	50%
Total Responden	23 orang	57,5%	17 orang	42,5%	40 orang	100%

Lampiran I.10. Tabulasi Silang Tingkat Kepuasan dan Biaya

Tingkat Kepuasan Konsumen	Biaya						Total Responden	
	Murah		Sesuai Standard		Mahal		Jumlah	Persentase
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase		
Puas	4 orang	10%	11 orang	27,5%	3 orang	7,5%	18 orang	45%
Cukup Puas			1 orang	2,5%	1 orang	2,5%	2 orang	5%
Tidak Puas	4 orang	10%	7 orang	17,5%	9 orang	22,5%	20 orang	50%
Total Responden	8 orang	20%	19 orang	47,5%	13 orang	32,5%	40 orang	100%

Lampiran I.11. Tabulasi Silang dan Image

Tingkat Kepuasan Konsumen	Image						Total Responden	
	Baik		Cukup		Buruk		Jumlah	Persentase
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase		
Puas	12 orang	30%			6 orang	15%	18 orang	45%
Cukup Puas	2 orang	5%					2 orang	5%
Tidak Puas	13 orang	32,5%	5 orang	12,5%	2 orang	5%	20 orang	50%
Total Responden	27 orang	67,5%	5 orang	12,5%	8 orang	20%	40 orang	100%

DIMENSI ASSURANCE

RESP.	SKOR EXPECTED SERVICE												TOTAL SKOR
	KESOPANAN		KERAMAHAN		PENGETAHUAN		KOMUNIKASI		KEPERCAYAAN				
	3	37	15	41	4	29	2	18	11	25	30	42	
21	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	44
22	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	42
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
24	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	40
25	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	39
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
27	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	41
28	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	39
29	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	39
30	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	42
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
32	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	43
33	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	44
34	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	39
35	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	37
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
37	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	41
38	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	38
39	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
40	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	40

DIMENSI ASSURANCE

RESP.	SKOR PERCENED SERVICE												TOTAL SKOR
	KESOPANAN		KERAMAHAN		PENGETAHUAN		KOMUNIKASI		KEPERCAYAAN				
	14	33	3	37	2	39	17	31	18	25	34	40	
21	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	34
22	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	35
23	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
24	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	34
25	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	38
26	4	4	4	4	2	3	2	3	3	3	3	4	39
27	3	3	2	2	3	3	1	3	2	1	3	3	29
28	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	42
29	3	4	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	39
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
31	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	38
32	2	3	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	40
33	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	31
34	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	42
35	3	4	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	33
36	4	3	3	4	2	2	4	3	4	3	3	3	38
37	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	45
38	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
39	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	39
40	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	2	4	39

DIMENSI RELIABILITY														
RESP.	SKOR EXPECTED SERVICE							SKOR PERCENED SERVICE						
	KESESUAIAN JANJI			KEAKURATAN			TOTAL SKOR	KESESUAIAN JANJI			KEAKURATAN			TOTAL SKOR
	8	21	31	9	20	35		8	20	32	11	21	38	
1	4	3	3	3	3	3	19	3	4	2	3	3	3	18
2	4	4	4	3	4	4	23	3	3	3	3	3	3	18
3	4	4	3	3	2	4	20	3	3	2	2	2	3	15
4	3	3	3	3	3	3	18	4	4	3	3	3	3	20
5	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18
6	3	3	2	3	2	4	17	2	4	3	2	4	3	18
7	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18
8	3	3	4	3	3	3	19	4	3	3	4	2	4	20
9	4	4	3	4	4	3	22	3	2	2	2	2	3	14
10	4	4	3	4	3	4	22	3	2	3	4	1	4	17
11	3	3	3	3	4	3	19	3	3	3	3	2	3	17
12	4	4	3	3	3	3	20	4	3	3	2	3	3	18
13	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	3	3	3	18
14	4	4	3	3	4	3	21	3	3	2	3	2	2	15
15	4	4	4	2	3	3	20	4	4	3	3	3	3	20
16	4	4	4	3	3	4	22	4	4	3	3	3	3	20
17	3	3	3	3	3	3	18	3	4	3	3	3	3	19
18	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	3	2	4	18
19	4	4	3	3	3	4	21	3	3	3	3	3	3	18
20	3	3	4	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	18
21	4	4	3	4	3	3	21	2	2	2	2	2	3	13
22	4	4	4	3	4	4	23	3	3	2	2	2	2	14
23	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	2	2	3	16
24	4	4	4	3	3	3	21	2	1	1	3	3	2	12
25	4	4	4	2	3	3	20	3	3	2	1	2	3	14
26	4	4	3	3	2	3	19	4	4	4	3	2	3	20
27	4	4	4	2	3	3	20	2	4	2	3	4	2	17
28	4	4	3	3	3	3	20	4	4	4	3	3	3	21
29	4	3	4	3	3	3	20	3	4	3	3	3	3	19
30	4	4	3	3	3	4	21	3	4	3	3	3	3	19
31	3	3	3	3	3	3	18	4	4	3	2	3	2	18
32	4	3	3	4	3	3	20	4	4	4	3	3	4	22
33	4	4	3	3	4	4	22	2	1	2	3	2	3	13
34	3	3	4	3	3	3	19	3	4	3	2	3	3	18
35	4	4	3	2	2	3	18	2	2	2	3	2	2	13
36	3	4	3	3	4	3	20	4	4	3	4	2	3	20
37	4	4	4	2	3	4	21	4	4	3	4	3	3	21
38	4	4	4	3	3	3	21	4	4	3	3	3	3	20
39	4	3	3	3	3	3	19	4	3	3	3	3	3	19
40	4	4	4	2	2	3	19	4	4	3	3	2	4	20

DIMENSI RESPONSIVENESS														
RESP.	SKOR EXPECTED SERVICE							SKOR PERCENED SERVICE						
	KESIAPAN				KECEPATAN		TOTAL	KESIAPAN				KECEPATAN		TOTAL
	6	17	22	36	16	32	SKOR	7	16	22	29	6	36	SKOR
1	3	3	3	3	4	3	19	3	2	3	3	3	2	16
2	3	4	4	4	4	4	23	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	4	3	4	20	3	2	3	2	2	2	14
4	3	3	4	4	3	3	20	4	3	4	3	4	3	21
5	2	2	3	3	3	3	16	3	3	3	3	2	3	17
6	2	3	4	4	4	4	21	3	4	3	4	3	4	21
7	3	3	3	3	2	3	17	2	3	3	3	3	2	16
8	3	4	4	4	3	4	22	3	4	3	4	4	3	21
9	3	4	4	3	4	3	21	3	2	2	3	3	3	16
10	4	4	4	3	4	4	23	4	3	4	2	4	3	20
11	3	3	4	3	3	4	20	3	3	3	3	3	2	17
12	3	3	3	3	3	3	18	4	2	3	2	4	3	18
13	4	4	4	2	4	4	22	3	3	3	3	3	3	18
14	3	3	3	3	3	3	18	3	2	3	3	2	2	15
15	3	3	3	3	4	4	20	4	3	3	3	4	3	20
16	3	3	3	4	4	3	20	3	3	3	3	3	3	18
17	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18
18	3	3	3	3	3	3	18	3	2	2	2	3	3	15
19	3	4	3	3	3	3	19	3	1	4	3	3	3	17
20	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18
21	3	4	3	3	4	4	20	2	1	3	1	2	2	11
22	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	3	3	2	17
23	3	3	3	3	3	3	18	3	2	3	3	3	3	17
24	4	3	3	3	4	4	21	2	3	2	2	2	1	12
25	3	3	3	3	3	4	19	3	2	3	2	2	2	14
26	3	3	3	4	3	3	19	3	3	3	3	3	4	19
27	3	4	3	4	4	4	22	1	2	3	2	1	2	11
28	3	3	3	3	4	3	19	4	3	3	4	3	3	20
29	4	3	3	3	3	4	20	3	4	3	3	3	3	19
30	3	4	4	3	4	3	21	2	2	3	2	3	3	15
31	3	3	3	3	3	3	18	4	2	3	2	3	2	16
32	3	4	4	3	4	3	21	4	3	4	3	4	3	21
33	4	4	4	3	4	4	23	2	2	2	2	2	2	12
34	3	4	3	3	3	4	20	4	3	3	3	3	3	19
35	3	3	3	3	3	3	18	2	1	3	3	2	2	13
36	3	4	3	3	3	3	19	4	4	3	3	4	3	21
37	3	3	3	4	4	4	21	3	3	3	3	3	3	18
38	3	3	3	3	3	3	18	3	2	4	3	3	3	18
39	3	3	4	3	3	3	19	4	3	4	4	3	3	21
40	3	3	3	4	4	4	21	3	3	3	2	3	3	17

DIMENSI EMPATHY														
RESP.	SKOR EXPECTED SERVICE							SKOR PERCENED SERVICE						
	KEPEDULIAN				PEMAHAMAN		TOTAL	KEPEDULIAN				PEMAHAMAN		TOTAL
	10	26	33	38	14	27	SKOR	10	13	26	41	9	27	SKOR
1	3	3	3	3	3	3	18	4	3	3	3	3	3	19
2	3	4	4	4	4	4	23	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	4	4	4	21	3	2	2	2	3	3	15
4	3	3	3	3	3	3	18	4	3	4	3	3	4	21
5	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18
6	3	3	2	3	3	4	18	3	3	3	4	4	4	21
7	3	3	3	3	2	3	17	3	3	2	3	3	3	17
8	4	4	4	4	4	4	24	3	4	2	4	4	4	21
9	2	3	3	4	4	3	19	2	3	3	3	2	3	16
10	4	4	3	4	4	4	23	2	3	3	4	3	3	18
11	3	3	3	2	3	4	18	3	3	2	2	3	2	15
12	3	3	3	3	3	3	18	4	3	2	3	3	3	18
13	4	4	4	4	4	4	24	2	3	3	3	3	3	17
14	3	3	3	3	3	4	19	3	3	2	2	2	3	15
15	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18
16	3	3	3	3	3	3	18	4	3	3	3	3	4	20
17	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18
18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	4	19
19	3	3	3	3	3	3	18	4	3	3	3	3	4	20
20	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18
21	3	3	4	3	3	3	19	4	3	3	2	4	3	19
22	4	4	4	4	3	3	22	3	3	2	3	2	3	16
23	2	2	2	3	3	3	15	3	3	3	2	4	3	18
24	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18
25	3	3	3	3	3	3	18	4	3	3	3	3	3	19
26	2	3	3	3	3	3	17	2	3	3	3	3	4	18
27	3	3	3	3	3	3	18	2	3	3	2	3	3	16
28	3	3	4	3	3	3	19	3	3	3	3	4	3	19
29	3	3	3	3	3	3	18	2	4	3	4	4	4	21
30	2	3	3	3	3	3	17	2	2	3	3	3	3	16
31	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18
32	3	3	4	3	3	3	19	2	3	4	4	3	4	20
33	2	3	3	4	3	4	19	3	3	3	2	4	4	19
34	3	3	3	3	3	3	18	4	3	3	3	3	4	20
35	2	3	2	3	4	3	17	3	3	3	2	4	4	19
36	3	3	3	3	4	3	19	3	2	3	3	4	3	18
37	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	3	4	3	19
38	3	3	3	3	3	3	18	4	3	3	3	3	3	19
39	3	3	3	3	3	3	18	3	4	4	3	4	4	22
40	2	3	3	3	3	3	17	3	3	3	4	4	2	19

HASIL ANALISIS GAP SECARA UMUM

RESP.	SKOR PS	SKOR ES	GAP	KETERANGAN
1	135	135	0	Cukup puas
2	128	159	-31	Tidak puas
3	110	143	-33	Tidak puas
4	145	134	11	Puas
5	124	121	3	Puas
6	138	142	-4	Tidak puas
7	122	123	-1	Tidak puas
8	155	156	-1	Tidak puas
9	107	141	-34	Tidak puas
10	120	163	-43	Tidak puas
11	120	131	-11	Tidak puas
12	135	133	2	Puas
13	129	162	-33	Tidak puas
14	115	135	-20	Tidak puas
15	141	134	7	Puas
16	140	146	-6	Tidak puas
17	135	126	9	Puas
18	125	128	-3	Tidak puas
19	142	137	5	Puas
20	137	128	9	Puas

RESP.	SKOR PS	SKOR ES	GAP	KETERANGAN
21	111	147	-36	Tidak puas
22	118	159	-41	Tidak puas
23	134	126	8	Puas
24	118	139	-21	Tidak puas
25	121	132	-11	Tidak puas
26	139	131	8	Puas
27	114	147	-33	Tidak puas
28	145	136	9	Puas
29	136	135	1	Puas
30	129	144	-15	Tidak puas
31	128	126	2	Puas
32	150	145	5	Puas
33	115	155	-40	Tidak puas
34	147	137	10	Puas
35	117	130	-13	Tidak puas
36	141	134	7	Puas
37	151	147	4	Puas
38	138	132	6	Puas
39	141	135	6	Puas
40	134	134	0	Cukup puas

HASIL ANALISIS GAP PADA DIMENSI TANGIBLES

RESP.	SKOR PS	SKOR ES	GAP	KETERANGAN
1	41	41	0	Cukup puas
2	37	46	-9	Tidak puas
3	34	42	-8	Tidak puas
4	41	40	1	Puas
5	35	33	2	Puas
6	36	44	-8	Tidak puas
7	35	35	0	Cukup puas
8	46	45	1	Puas
9	32	40	-8	Tidak puas
10	26	48	-22	Tidak puas
11	35	37	-2	Tidak puas
12	44	38	6	Puas
13	39	46	-7	Tidak puas
14	35	40	-5	Tidak puas
15	43	39	4	Puas
16	44	45	-1	Tidak puas
17	42	36	6	Puas
18	38	37	1	Puas
19	48	39	9	Puas
20	45	38	7	Puas

RESP.	SKOR PS	SKOR ES	GAP	KETERANGAN
21	34	43	-9	Tidak puas
22	36	48	-12	Tidak puas
23	46	38	8	Puas
24	42	39	3	Puas
25	36	36	0	Cukup puas
26	43	40	3	Puas
27	41	46	-5	Tidak puas
28	43	39	4	Puas
29	38	38	0	Cukup puas
30	43	43	0	Cukup puas
31	38	36	2	Puas
32	47	42	5	Puas
33	40	47	-7	Tidak puas
34	48	41	7	Puas
35	39	40	-1	Tidak puas
36	44	40	4	Puas
37	48	45	3	Puas
38	43	37	6	Puas
39	40	41	-1	Tidak puas
40	39	37	2	Puas

HASIL ANALISIS GAP PADA DIMENSI RELIABILITY

RESP.	SKOR PS	SKOR ES	GAP	KETERANGAN
1	18	19	-1	Tidak puas
2	18	23	-5	Tidak puas
3	15	20	-5	Tidak puas
4	20	18	2	Puas
5	18	18	0	Cukup puas
6	18	17	1	Puas
7	18	18	0	Cukup puas
8	20	19	1	Puas
9	14	22	-8	Tidak puas
10	17	22	-5	Tidak puas
11	17	19	-2	Tidak puas
12	18	20	-2	Tidak puas
13	18	24	-6	Tidak puas
14	15	21	-6	Tidak puas
15	20	20	0	Cukup puas
16	20	22	-2	Tidak puas
17	19	18	1	Puas
18	18	19	-1	Tidak puas
19	18	21	-3	Tidak puas
20	18	19	-1	Tidak puas

RESP.	SKOR PS	SKOR ES	GAP	KETERANGAN
21	13	21	-8	Tidak puas
22	14	23	-9	Tidak puas
23	16	19	-3	Tidak puas
24	12	21	-9	Tidak puas
25	14	20	-6	Tidak puas
26	20	19	1	Puas
27	17	20	-3	Tidak puas
28	21	20	1	Puas
29	19	20	-1	Tidak puas
30	19	21	-2	Tidak puas
31	18	18	0	Cukup puas
32	22	20	2	Puas
33	13	22	-9	Tidak puas
34	18	19	-1	Tidak puas
35	13	18	-5	Tidak puas
36	20	20	0	Cukup puas
37	21	21	0	Cukup puas
38	20	21	-1	Tidak puas
39	19	19	0	Cukup puas
40	20	19	1	Puas

HASIL ANALISIS GAP PADA DIMENSI RESPONSIVENESS

RESP.	SKOR PS	SKOR ES	GAP	KETERANGAN
1	16	19	-3	Tidak puas
2	18	23	-5	Tidak puas
3	14	20	-6	Tidak puas
4	21	20	1	Puas
5	17	16	1	Puas
6	21	21	0	Cukup puas
7	16	17	-1	Tidak puas
8	21	22	-1	Tidak puas
9	16	21	-5	Tidak puas
10	20	23	-3	Tidak puas
11	17	20	-3	Tidak puas
12	18	18	0	Cukup puas
13	18	22	-4	Tidak puas
14	15	18	-3	Tidak puas
15	20	20	0	Cukup puas
16	18	20	-2	Tidak puas
17	18	18	0	Cukup puas
18	15	18	-3	Tidak puas
19	17	19	-2	Tidak puas
20	18	18	0	Cukup puas

RESP.	SKOR PS	SKOR ES	GAP	KETERANGAN
21	11	20	-9	Tidak puas
22	17	24	-7	Tidak puas
23	17	18	-1	Tidak puas
24	12	21	-9	Tidak puas
25	14	19	-5	Tidak puas
26	19	19	0	Cukup puas
27	11	22	-11	Tidak puas
28	20	19	1	Puas
29	19	20	-1	Tidak puas
30	15	21	-6	Tidak puas
31	16	18	-2	Tidak puas
32	21	21	0	Cukup puas
33	12	23	-11	Tidak puas
34	19	20	-1	Tidak puas
35	13	18	-5	Tidak puas
36	21	19	2	Puas
37	18	21	-3	Tidak puas
38	18	18	0	Cukup puas
39	21	19	2	Puas
40	17	21	-4	Tidak puas

HASIL ANALISIS GAP PADA DIMENSI ASSURANCE

RESP.	SKOR PS	SKOR ES	GAP	KETERANGAN
1	41	38	3	Puas
2	37	44	-7	Tidak puas
3	32	40	-8	Tidak puas
4	42	38	4	Puas
5	36	36	0	Cukup puas
6	42	42	0	Cukup puas
7	36	36	0	Cukup puas
8	47	46	1	Puas
9	29	39	-10	Tidak puas
10	39	47	-8	Tidak puas
11	36	37	-1	Tidak puas
12	37	39	-2	Tidak puas
13	37	46	-9	Tidak puas
14	35	37	-2	Tidak puas
15	40	37	3	Puas
16	38	41	-3	Tidak puas
17	38	36	2	Puas
18	35	36	-1	Tidak puas
19	39	40	-1	Tidak puas
20	38	35	3	Puas

RESP.	SKOR PS	SKOR ES	GAP	KETERANGAN
21	34	44	-10	Tidak puas
22	35	42	-7	Tidak puas
23	37	36	1	Puas
24	34	40	-6	Tidak puas
25	38	39	-1	Tidak puas
26	39	36	3	Puas
27	29	41	-12	Tidak puas
28	42	39	3	Puas
29	39	39	0	Cukup puas
30	36	42	-6	Tidak puas
31	38	36	2	Puas
32	40	43	-3	Tidak puas
33	31	44	-13	Tidak puas
34	42	39	3	Puas
35	33	37	-4	Tidak puas
36	38	36	2	Puas
37	45	41	4	Puas
38	38	38	0	Cukup puas
39	39	38	1	Puas
40	39	40	-1	Tidak puas

HASIL ANALISIS GAP PADA DIMENSI EMPATHY

RESP.	SKOR PS	SKOR ES	GAP	KETERANGAN
1	19	18	1	Puas
2	18	23	-5	Tidak puas
3	15	21	-6	Tidak puas
4	21	18	3	Puas
5	18	18	0	Cukup puas
6	21	18	3	Puas
7	17	17	0	Cukup puas
8	21	24	-3	Tidak puas
9	16	19	-3	Tidak puas
10	18	23	-5	Tidak puas
11	15	18	-3	Tidak puas
12	18	18	0	Cukup puas
13	17	24	-7	Tidak puas
14	15	19	-4	Tidak puas
15	18	18	0	Cukup puas
16	20	18	2	Puas
17	18	18	0	Cukup puas
18	19	18	1	Puas
19	20	18	2	Puas
20	18	18	0	Cukup puas

RESP.	SKOR PS	SKOR ES	GAP	KETERANGAN
21	19	19	0	Cukup puas
22	16	22	-6	Tidak puas
23	18	15	3	Puas
24	18	18	0	Cukup puas
25	19	18	1	Puas
26	18	17	1	Puas
27	16	18	-2	Tidak puas
28	19	19	0	Cukup puas
29	21	18	3	Puas
30	16	17	-1	Tidak puas
31	18	18	0	Cukup puas
32	20	19	1	Puas
33	19	19	0	Cukup puas
34	20	18	2	Puas
35	19	17	2	Puas
36	18	19	-1	Tidak puas
37	19	19	0	Cukup puas
38	19	18	1	Puas
39	22	18	4	Puas
40	19	17	2	Puas