

# **Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Niat**

## **Rekomendasi Rumah Retret Pratista**



### **SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen

**Disusun Oleh:**

**Kasereka Majaribu Emmanuel**

**6031801160**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PROGRAM SARJANA MANAJAMEN**

**Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022**

**BANDUNG**

**2022**

**Effect Of Perceived Service Quality on The Intention to Recommend  
Pratista Retreat House**



**UNDERRADUATE THESIS**

Submitted to complete part of requirements for the Bachelor's Degree in  
Management

By:

**Kasereka Majaribu Emmanuel**

**6031801160**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS  
MANAGEMENT PROGRAM STUDIES**

**Excellent Accredited by BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022**

**BANDUNG**

**2022**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT  
REKOMENDASI RUMAH RETRET PRATISTA**

Oleh:

**Kasereka Majaribu Emmanuel**

**6031801160**

**Bandung, 19 Juli 2022**

**Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,**



**Dr. Istiharini, CMA.**

**Pembimbing Skripsi,**



**V.J. Wisnu Wardhono, Drs, MSIE., CMA.**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Kasereka Majaribu Emmanuel  
Tempat, Tanggal Lahir : Lukanga (R.D.Congo), 27 Desember 1981  
Nomor Pokok Mahasiswa: 6031801160  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT REKOMENDASI RIJMAH RFTRET PRATISTA**

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan:

V.J. Wisnu Wardhono, Drs., MSIE., CMA

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri:

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No. 20 Tahun 2003. Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti melakukan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70. Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200.000.000

Bandung,

Dinyatakan tanggal: 19/07/2022

Pembuat Pertanyaan,



Kasereka Majaribu Emmanuel

## ABSTRAK

Manusia memiliki beragam kebutuhan. Salah satunya merupakan kebutuhan rohani. Dalam usaha memenuhi kebutuhan itu, dibutuhkan sarana yang dapat terdiri dari tiga hal: lokasi (*service place*) yang nyaman, pelaku jasa, dan proses. Rumah Retret Pratista dicita-citakan sebagai tempat pengembangan spiritual, tempat pelayanan dan tempat berteduh bagi mereka yang membuahkan pelayanan rohani.

Saat ini, Rumah Retret ini menghadapi masalah yaitu berkurangnya jumlah peserta retreat. Untuk memahami penyebab fenomena ini, penulis melakukan *Preliminary research* terhadap 15 orang yang pernah menggunakan jasa Pratista. Hasil penelitian itu menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi negatif terhadap pelayanan Pratista. Banyak *decision makers* memilih merekomendasi peserta retreat ke tempat pelaksanaan retreat lainnya. Dugaan penulis adalah bahwa berkurangnya jumlah peserta disebabkan oleh niat merekomendasi yang rendah.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat rekomendasi, (2) Mengetahui persepsi pelanggan pada pelayanan yang diberikan rumah retreat. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang telah dinyatakan valid dan reliabel. Teknik yang digunakan adalah teknik *judgment sampling*. Penulis telah berhasil mengumpulkan data dari 91 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menganalisa data menggunakan metode regresi sederhana dan metode regresi berganda untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan kualitas pelayanan terhadap niat rekomendasi.

Hasil dari analisis deskriptif data dalam penelitian ini bahwa responden memiliki persepsi positif pada pelayanan Pratista. Disisi lain, hasil dari Uji F menunjukkan bahwa dua variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan sedangkan tiga variabel tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Maka, saran penulis bagi pihak manajemen Pratista agar dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan melalui dua variabel tersebut.

**Kata kunci:** *Kualitas Pelayanan, Rumah Retret, Niat Rekomendasi.*

## ABSTRACT

*Human beings do have various needs. One of them is a spiritual one. To satisfy its spiritual need, a facility consisting of three things is needed: a convenient location service actor, and a process of how those needs is met. The Pratista Retreat House is envisioned as a place for spiritual development, a place of service for those who are in needs of spiritual refreshment. Pratista provide to the local church a place for meetings, workshops, retreats and others activities.*

*Nowadays this Retreat house is facing a problem of a decrease in the number of retreat participants. The author conducted preliminary research on 15 respondents who often use Pratista service. The research revealed that respondents have a negative perception to the service provided by Pratista. This might be the reason why people prefer other locations supposed to be more comfortable. Based on this, the author guesses that a low intention to recommend people to Pratista might be the main problem behind the decrease in retreat participants.*

*The aims of this study are: (1) to know the customer's perception of the facilities of Pratista Retreat house, (2) to know the effect of quality service on the intension to recommend Pratista Retreat House. This study uses a qualitative approach to get a deep understanding of the phenomena faced by Pratista. The study uses a quantitative approach as well. The sample size in this study amounted to 91 respondents selected by using a non-probability sampling Teknik. By using simple and multiple regression model, the author analyzes and explains the relationship among variables.*

*The result from descriptive method indicates that the respondents have a positive perception of the provided service. However, among variables used, two have a positive effect on the intention to recommend the Pratista Retreat house. Therefore, the author suggests that the management team to maintain the quality service provided through those variables to attract more Christians who are in need of spiritual refreshment at Pratista house Retret.*

**Keywords:** *Service quality, Retreat House, Intention to recommend.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena dengan rahmatnya, penulis boleh menyelesaikan penelitian ini dalam bentuk karya ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Persepsikualitas Pelayanan Terhadap Niat Rekomendasi Rumah Retret Pratista”**. Karya ilmiah ini disusun sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Sarjan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Dalam Menyusun karya ilmiah ini, penullis menyadari masih banyaknya kekurangan dan kesalahan baik dari segi Teknik, Bahasa, maupun isi. Maka dari itu, saran dan masukan dari berbagai pihak akan sangat membantu penulis untuk memperbaiki dan menyempurnakan Penelitian ini. Pada kesempatan ini juga penulis ingin mengucapkan banyak terima atas bantuan dan dukungan yang diterima oleh penulis dari berbagai pihak sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rev. KFr. Agung Riyanto osc, selaku Prior Provinsial Ordo Salib Suci Indonesia dan Rev. Fr Benjamin Muhindo Byanjiya osc, selaku Prior Provinsial Ordo Salib Suci *Republic Democratic of Congo* yang senantiasa memberikan dukungan, doa, semangat, serta motivasi kepada penulis dalam melakukan yang terbaik selama perkuliahan dan hidup pembicara di Indonesia.
2. Bapak V.J. Wisnu Wardhono, Sebagai dosen pembimbing skripsi yang sudah membimbing penulis dari awal penyusunan karya ilmiah ini sampai selesai dan dengan senantiasa memberikan semangat, dan masukan yang membangun selama proses bimbingan.

Demikian penyusunan skripsi dari penulis yang masih jauh dari sempurna, mohon maaf apabila adanya kekurangan dan ketidaksempurnaan pada penelitian ini. Akhir kata, semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pembaca dan mayarakat umat Allah.

Bandung, 19/07/2022



Kasereka Majaribu Emmanuel

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DFTAR ISI.....	iv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
1.5. Rangka pemikiran .....	5
1.6. Model dan Hipotesis Penelitian .....	6
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	9
2.1.Konsep Pelayanan.....	9
2.2.Persepsi Konsumen.....	9
2.3.Kualitas Pelayanan (service quality).....	10
2.4.Dimensi utama kualitas Pelayanan .....	11
2.4.1 Dimensi Tangible .....	11
2.4.2 Dimensi Reliabilitas .....	13
2.4.3 Dimensi Assurance.....	15
2.4.4 Dimensi Responsiveness.....	16
2.4.5 Dimensi Empathy.....	17
2.4.6 Niat Rekomendasi.....	19
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	22



3.1. Metode Penulisan.....	22
3.2. Teknik Pengumpulan data .....	22
3.3. Penentuan Populasi dan Sampel .....	23
3.4. Operasionalisasi Variabel .....	23
3.5. Pengukuran Variabel.....	29
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	30
3.7. Teknik Analisa Data .....	31
3.8. Uji Asumsi Klasik .....	32
3.8.1 Uji Normalitas .....	32
3.8.2 Uji Multikolinearitas .....	32
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas .....	32
3.9. Analisa Regresi Linear Berganda.....	33
3.10. Koefisien Determinasi <b>R<sup>2</sup></b> .....	34
3.11. Penguji Hipotesis .....	35
3.11.1 Uji t.....	35
3.11.2 Uji Simultan (Uji Statistik F) .....	35
3.12. Objek Penulisan .....	35
3. 13 . Profil responden .....	36
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
4.0. Analisis Kualitatif data Responden.....	38
4.1. Analisis kualitatif Variabel X1 (Tangibel) .....	38
4.2. Analisis Kualitatif Variabel Reliabilitas (X2) .....	42
4.3. Analisis Kualitatif Variabel Responsiveness (X3) .....	44
4.4. Analisis Kualitatif Variabel Insurance (Jaminan) (X4) .....	46

4.5. Analisis Kualitatif Variabel Empati (X5) .....	48
4.6. Analisis Kualitatif Variabel Niat Rekomendasi (Y) .....	51
4.7. Hasil Uji Normalitas .....	52
4.8. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	55
4.9. Hasil Uji correlation berganda .....	57
4.10. Analisis kuantitatif Regresi Antara Variable .....	57
4.10.1. Hasil Analisis model Regresi Variabel X1 terhadap Y .....	57
4.10.2. Hasil Analisis model Regresi Variabel x2 terhadap Y .....	59
4.10.3. Hasil Analisis model Regresi Variabel x3 terhadap Y .....	60
4.10.4. Hasil Analisis model Regresi Variabel x4 terhadap Y .....	61
4.10.5. Hasil Analisis model Regresi Variabel x5 terhadap Y .....	62
4.11. Hasil Uji Simultan (Uji Statistik F) .....	64
4.12. Koefisien Determinasi .....	65
4.13. Ringkasan Hipotesis.....	65
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan .....	67
5.2. Saran .....	67
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persepsi Pelanggan pada pelayanan Pratista .....	3
Table 2.1 Jurnal Mapping Dimensi Tangibel.....	12
Table 2.2 Jurnal Mapping Dimensi Reliabilitas.....	14
Table 2.3 Jurnal Mapping Dimensi Assurance .....	16
Table 2.4 Jurnal Mapping Dimensi Responsiveness.....	17
Table 2.5 Jurnal Mapping Dimensi Empathy .....	18
Table 2.6 jurnal Mapping Dimensi Niat Rekomendasi.....	19
Table 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	24
Table 3.2 Skala Likert .....	30
Table 3.3 Nilai Korelasien Korelasi Pasangan Pernyataan Utama Dan Miror .....	31
Table 3.4 Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin .....	36
Table 3.5 Klasifikasi responden berdasarkan Usia .....	37
Table 4.1 Respon Konsumen Terhadap Tingkat Kemenarikan .....	38
Table 4.2 Respon Konsumen Terhadap Tingkat kelengkapan.....	39
Table 4.3 Respon Konsumen Terhadap Tingkat kebersihan .....	40
Table 4.4 Responden Konsumen Terhadap Tingkat kerapian .....	40
Table 4.5 Respon Konsumen Terhadap Tingkat kebagusan IT .....	41
Table 4.6 Respon Konsumen Terhadap Tingkat kemampuan .....	42
Table 4.7 Respon Konsumen Terhadap Tingkat ke akrotan .....	42
Table 4.8 Respon Konsumen Terhadap Tingkat menepati janji .....	43
Table 4.9 Respon Konsumen Terhadap Tingkat kelancaran .....	44
Table 4.10 Respon Konsumen Terhadap Tingkat kesediaan .....	44
Table 4.11 Respon Konsumen Terhadap Tingkat kecepatan.....	45
Table 4.12 Konsumen Terhadap Tingkat komunikatif .....	46
Table 4.13 Respon Konsumen Terhadap Tingkat kepercayaan.....	47
Table 4.14 Respon Konsumen Terhadap Tingkat kenyamanan.....	47
Table 4.15 Respon Konsumen Terhadap Tingkat kepercayaan.....	48
Table 4.16 Respon Konsumen Terhadap Tingkat kemampuan .....	49

Table 4.17 Respon Konsumen Terhadap Tingkat kemampuan .....	49
Table 4.18 Respon Konsumen Terhadap Tingkat Kemampuan .....	50
Table 4.19 Respon Konsumenterhadap Tingkat Keinginan Konsumen .....	51
Table 4.20 Respon Konsumen Terhadap Tingkat keinginan konsumen.....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Model kerangka Pemikiran.....	7
Gambar 3.2: Logo Rumah Retret Pratisa.....	36
Gambar 3.3: Olahan data Responden.....	37

## LAMPIRAN

1. Angket Penelitian.....	72
2. Data Responden .....	76
3. Tabel Nilai-nilai kritis distribusi t.....	77
4. f-Table (HIDAYAT, 2021) .....	78
5. Histogram distribusi normal.....	79
6. Normal P-P Plot of regression.....	79
7. Scatterplot .....	80
9. Gambar Variabel dan Indikator.....	81
10. Pengolahan Data responden:.....	82
11. DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	86

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Manusia mempunyai beragam kebutuhan. Salah satunya merupakan kebutuhan rohani yang dirasakan dan ingin memenuhinya untuk kebaikan hidupnya. Dalam usaha memenuhi kebutuhan tersebut, diperlukan sarana yang terdiri dari tempat tinggal yang nyaman, tenaga kerja yang memiliki keahlian dalam melayani, diperlukan juga perlengkapan lainnya untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen. Rumah Retret Pratista didirikan untuk menyediakan pelayanan pada pelanggan yang berniat menjalankan kegiatan rohani yang berupa retreat.

Pelayanan yang disediakan Rumah Retret Pratista terdiri dari penyediaan tempat penginapan, pembimbing rohani, dan fasilitas-fasilitas lainnya yang diperlukan untuk penyelenggaraan kegiatan tersebut. Rumah Retret Pratista memiliki bermisi menciptakan suasana yang nyaman bagi peserta retreat.

Pelayanan yang disediakan Pratista dapat dikategorisasikan sebagai pelayanan kategorial. Artinya sebuah pelayanan yang mengacu pada suatu pelayanan yang berbasis pada kesamaan jenis profesi, pekerjaan atau panggilan hidup, yang memerlukan pendampingan pastoral untuk dapat berkembang dalam hal penghayatan iman dan kerohanian. (KRISTIAN, 2013). Sebagai pelayanan yang berkaitan langsung dengan gereja dan berdasarkan itu, pelayanan Pratista masuk didalam kategori *non-profit services*.

Rumah Retret Pratista melayani 85% (delapan puluh lima persen) siswa-siswi dari Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA) yang terletak di kota Bandung. Siswa-siswi itu direkomendasikan oleh ketua dan guru-guru mereka untuk melakukan latihan spiritual berupa retreat untuk memperdalam mata kuliah Pendidikan Agama Katolik. Adapun para mahasiswa dari berbagai universitas di Bandung yang dikenal dengan istilah “Keluarga Mahasiswa Katolik” (KMK) yang terbiasa melakukan kegiatan rohani. Adapun orang pribadi dari agama selain agama katolik yang berminat berilur ke rumah retreat tersebut. Mereka dapat mencapai persentase sebesar 15% (lima belas persen).

Dari *historical data* yang diberikan oleh pihak manajerial rumah Pratista, terdapat bahwa dari tahun ke tahun terdapat Rumah retreat Paratista mengalami penurunan pengunjung. Pada tahun 2019, terdapat penurunan sebesar 20% dibandingkan tahun sebelumnya. Tahun 2020 merupakan periode yang paling sulit bagi Rumah retreat tersebut. Hal ini dikarenakan timbulnya regulasi PPKM, PPKM darurat, sekolah di kota Bandung tertutup sehingga kegiatan operasi sangat rendah. Pada periode pandemi covid 19 itu, Rumah Retreat Pratista tidak diperbolehkan beroperasi. Pada Tahun 2021, Pratista berusaha beroperasi, namun dengan memperhatikan protokol kesehatan yang ditetapkan oleh pemerintah kota Bandung, maka Pratista hanya menerima 167 pengunjung pada tahun itu. Pada tahun 2022 dibandingkan tahun-tahun sebelum tingkat penerimaan peserta retreat rendah hingga sehingga Rumah Retreat ini mengalami kesulitan beroperasi.

Dari wawancara yang dilakukan penulis pada manajer Pratista, fenomena penurunan jumlah pengunjung Rumah Retreat ini telah terjadi sebelum adanya penyebaran penyakit Virus Corona di Indonesia. Kejadian wabah di Indonesia merupakan sesuatu yang hanya memperberat situasi buruk yang sudah dialami usaha Pratista sejak dulu. Di samping itu, adapun persaingan yang semakin tinggi dalam penyediaan jasa retreat dengan adanya keterbukaan menyelenggarakan kegiatan yang sana di tempat lain selain Rumah retreat. Menurut manajer Pratista, orang-orang semakin tertarik menyelenggarakan kegiatan retreat ke hotel yang menawarkan pelayanan yang berpotensi melampaui ekspektasi konsumen.

Untuk mengali lebih dalam, penulis melakukan *preliminary research* menggunakan wawancara terhadap 15 (lima belas) responden yang merupakan opinion leaders (pemuka pendapat) tentang Rumah retreat tersebut. Orang-orang yang menjadi anggota sampel awal pernah menggunakan pelayanan Pratista dan memiliki pengaruh dalam merekomendasi pelayanan tersebut kepada orang lain. Hasil dari wawancara yang dilakukan penulis dengan menggunakan googleform untuk mengetahui kenapa mereka tidak berniat menggunakan kembali pelayanan Pratista. Berikut ini merupakan persepsi responden pada pelayanan yang diberikan Pratista pada pelanggan:



Tabel 1.1: Persepsi Pelanggan pada pelayanan Pratista

Alasan berdasarkan persepsi para pengguna layanan rumah Pratista	Penyimpangan teori lima dimensi service quality
Gedung Pratista gedung lama dengan kamar mandi diluar; ruang-ruang yang disediakan untuk penginapan sempit; air hangat untuk mandi terbatas kalau kebanyakan orang, sinyal internet jelek, Perpustakaan <i>out of date</i> , <i>souvenir shop too small and too crowded</i> , keterbatasan ruang seperti <i>dining/sitting room</i> ,	Bukti fisik
keakuratan dalam administrasi masih perlu dikembangkan; Pratista masih belum menggunakan media sosial dan dunia digitalisasi agar pelanggan dapat mengakses informasi pada real time. Contohnya pesanan ruang retreat, kamar penginapan seharusnya dilihat pada website.	Reliabilitas
Pratista belum menggunakan media sosial untuk menjadi lebih responsif, customer service harus dikembangkan. Pratista kurang memperhatikan kritik dan saran dari pelanggan; kurang merespon dengan cepat karena kurang menggunakan media sosial.	Daya Tanggap
Dengan keterbatasan ruang-ruang, <i>toilet</i> , kamar mandi, air hangat di Pratista membuat peserta retreat tidak nyaman	Jaminan
Pratista menyediakan dapur bagi peserta retreat, namun makanan perlu divariasikan dan disediakan secukupnya	Empati

Sumber: Olahan data reponden Penulis

Berdasarkan alasan-alasan yang disampaikan responden, penulis dapat menduga bahwa pelayanan yang ditawarkan Pratista kurang optimal. Dengan

demikian, penulis dapat menduga bahwa ketersediaan sarana dan prasarana merupakan salah satu dari masalah yang menjelaskan penurunan jumlah pengunjung Rumah Retret Pratista. Berdasarkan hasil *preliminary research* tersebut, penulis memberanikan diri menyimpulkan bahwa ekspektasi peserta retreat masih belum dapat terpenuhi. Maka, pihak manajemen Rumah Retret Pratista perlu memperhatikan faktor-faktor kualitas pelayanan anatara lain bukti fisik (tangibel) menjadi modern. Ketidaksesuaian gedung pada standar jaman sekarang dapat membuat pelanggan tidak puas karena pelayanan yang disediakan melalui sarana itu akan kurang efisien. Ketidakpuasaan pelanggan Pratista disebabkan oleh fasilitasi-fasilitas yang berupa fasilitas berwujud (bangunan) dan fasilitasi tak berwujud (kendalan, tangapan). Fasilitas ini seharusnya mendapat perhatian utama oleh pihak manajemen. Kepuasan pelanggan merupakan sesuatu yang memungkinkan terjadi niat menggunakan suatu pelayanan.

Dari hasil *preliminary research*, peneliti menduga bahwa fenomena penurunan pengunjung Rumah Retret disebabkan oleh penurunan kualitas pelayanan yang diberikan Pratista pada pelanggan. Untuk memahami lebih dalam, penulis tertarik mengali lebih permasalahan itu untuk mengetahui berapa besar pengaruh kualitas pelayanan Praista terhadap niat rekomendasi Rumah Retret tersebut. Maka, Penelitian ini dapat diberi judul: **“Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Rekomendasi Rumah Retret Pratista”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, muncul pertanyaan pertanyaan berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan dalam dimensinya berpengaruh terhadap Niat rekomendasi Rumah Retret Pratista?
2. Seberapa besarkah pengaruh setiap dimensi kualitas pelayanan terhadap Niat rekomendasi Rumah Retret Pratista?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan utama penelitian ini adalah:

1. Mengetahui persepsi pelanggan terhadap sarana dan prasarana yang disediakan Rumah Retret Pratista untuk mengadakan kegiatan retreat.
2. Mengetahui persepsi pelanggan terhadap fasilitas-fasilitas yang ditawarkan bagi yang berniat menjalankan kegiatan rohani ke Praista.
3. Mengetahui besarnya pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap Niat rekomendasi Rumah Retret tersebut.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penulis berharap dengan dilakukan penelitian ini, hasil yang didapatkan dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi Rumah Retret

Penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat digunakan oleh Rumah Retret dalam mengambil keputusan memperbaiki ataupun meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Penelitian ini juga menawarkan beberapa strategi guna meningkatkan niat rekomendasi pelanggan. Harapan penulis adalah bahwa Rumah retreat Pratista dapat menemukan kembali vokasinya yaitu menjadi tempat tujuan peserta dimana kualitas pelayanan menjadi perhatian utama. Kualitas pelayanan adalah fungsi dan tujuan perusahaan. Dalam pencapaian tujuan tersebut, diperlukan usaha renovasi peralatan dan jasa agar sesuai dengan standar pelayanan penginapan lainnya.

2. Bagi pembaca

Dapat memberikan pengetahuan ataupun insight baru tentang pemasaran jasa yang ditawarkan untuk kebutuhan rohani. Dapat pengetahuan bahwa sama seperti jenis jasa ataupun pelayanan lainnya, kualitas pelayanan semakin menjadi perhatian baik non-profit organization maupun perusahaan jasa.

#### **1.5 Rangka pemikiran**

Rumah Retret Pratista didirikan pada tahun 1986 oleh biarawan dari tarekat Ordo Salib Suci. Pada waktu itu mungkin hanya satu-satunya rumahretret di kota Bandung yang berdiri kokoh secara resmi oleh Keuskupan Bandung. Dewasa ini, semakin banyak rumah retreat yang muncul dan diresmikan sebagai penyedia layanan

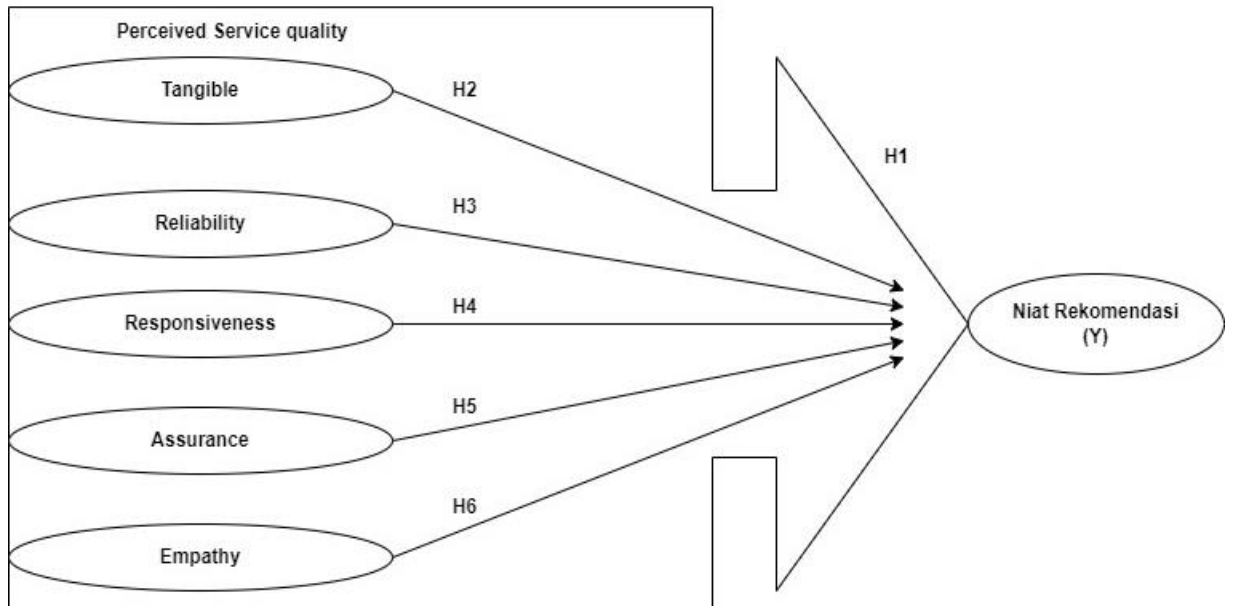
serupa kepada masyarakat gereja kota Bandung. Dengan peningkatan jumlah rumah retreat di kota Bandung peserta retreat memiliki banyak alternatif untuk memilih tempat pelaksanaan retreat yang menawarkan fasilitasi yang memenuhi ekspektasi pelanggan. Niat rekomendasi Rumah Retreat sangat terikat pada kualitas pelayanan yang ditawarkan. Maka, untuk menetapkan posisinya sebagai sentral spiritualitas dimana pelanggan dilayani dalam suasana yang diharapkan pelanggan, Pratista perlu mengutamakan keinginan konsumen dengan menyediakan pelayanan yang diharapkan pelanggan zaman modern ini. Kualitas pelayanan dapat dilihat dari perspektif penyedia layanan yaitu tim penyedia jasa retreat dan dari persepsi konsumen yaitu pelanggan yang melaksanakan kegiatan retreat di Pratista. Dengan mengutip Parasuraman, Yunus Alaun mengakui bahwa kualitas layanan (*Service Quality*) memiliki lima dimensi yang mewakili Kualitas layanan yang terdiri dari *Tangible*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance*. (Alaun, 2016).

Dari pengertian Alaun, kualitas layanan terdiri dari dimensi-dimensi yang merupakan indikator kualitas pelayanan: Dimensi *Tangible* atau bentuk fisik merupakan fasilitas fisik berupa bangunan, peralatan dan sarana lainnya yang diperlukan dalam penyampaian pelayanan dengan baik. Dimensi *Reliability* dalam arti kemampuan personil dalam menepati janji dan memberikan pelayanan sesuai dengan permintaan pelanggan. Dimensi *Assurance* (jaminan) dalam arti meyakinkan bahwa kenyamanan terjamin bagi peserta retreat. Dimensi Empati atau *Empathy* dalam arti memberi perhatian khusus kepada setia peserta retreat. Dan dimensi *Responsiveness* (daya tanggap) dapat menjadi strategi bagi personil Pratista dalam memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas melalui lima faktor tersebut, Rumah Retreat Pratista dapat menemukan kembali keunggulan sebagai tempat pelaksanaan retreat yang diharapkan pelanggan.

### **1.6. Model dan Hipotesis Penelitian**

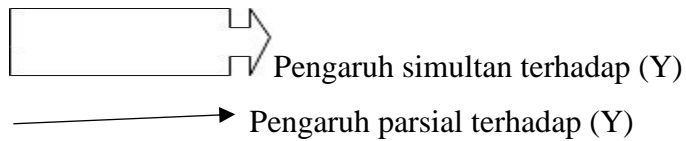
Dari rangkai pemikiran yang diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan model hipotesis penelitian sebagai berikut:

Gambar 1.1: Model kerangka Pemikiran



Sumber: Hasil Olahan Penulis

Keterangan:



Berdasarkan model penelitian, penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Variabel kualitas pelayanan (*Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Niat rekomendasi Rumah Retret Pratista (Y).

H2: *Tangible* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Niat Rekomendasi Rumah Retret Pratista.

H3: *Reliability* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Niat Rekomendasi Rumah Retret Pratista.

H4: *Responsiveness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Niat Rekomendasi Rumah Retret Pratista.

H5: *Assurance* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Niat Rekomendasi Rumah Retret Pratista.

H6: *Empathy* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Niat Rekomendasi Rumah Retret Pratista.