

## BAB V

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 5.1. Karakteristik Responden *Tourism Information Center* Kota Bandung

##### 5.1.1. Jenis Kelamin

Karakteristik responden Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung yang tersebar di tiga lokasi yaitu Bandara Husein Sastranegara, 23 Paskal *Hypersquare*, dan Asia Afrika berdasarkan jenis kelamin disajikan sebagai berikut:

Kategori Usia	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	8	53.3%
Perempuan	7	46.7%
Total		15

Tabel 5. 1 Distribusi Frekuensi *Tourism Information Center* Bandara Husein Sastranegara Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel 5.1 di atas, dapat diketahui bahwa dari *Tourism Information Center* kota Bandung yang berlokasi di Bandara Husein Sastranegara sebanyak 8 responden atau sebesar 53.3% memiliki jenis kelamin laki-laki dan 7 responden atau sebesar 46.7% memiliki jenis kelamin Perempuan.

Kategori Usia	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	9	36%
Perempuan	16	64%
Total		25

Tabel 5. 2 Distribusi Frekuensi *Tourism Information Center 23 Paskal Hypersquare* Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan Tabel 5.2 di atas, dapat diketahui bahwa dari *Tourism Information Center* kota Bandung yang berlokasi di 23 Paskal *Hypersquare* sebanyak 9 responden atau sebesar 36% memiliki jenis Kelamin laki-laki dan sebanyak 16 responden atau sebesar 64% memiliki jenis kelamin perempuan.

Kategori Usia	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	31	55.4%
Perempuan	25	44.6%
Total		56

Tabel 5. 3 Distribusi Frekuensi *Tourism Information Center Asia Afrika* Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel 5.3 diatas, dapat diketahui bahwa dari *Tourism Information Center* kota Bandung yang berlokasi di jalan Asia Afrika sebanyak 31 responden atau sebesar 55.4% memiliki jenis kelamin laki-laki dan sebanyak 25 responden atau

sebesar 64% memiliki jenis kelamin perempuan. Berdasarkan ketiga tabel yang sudah dipaparkan maka dapat disimpulkan bahwa pada *Tourism Information Center* yang berlokasi di Bandara Husein Sastranegara mayoritas pengguna layanan adalah laki-laki, pada lokasi 23 Paskal *Hypersquare* mayoritas pengguna layanan adalah perempuan dan mayoritas pengguna layanan *Tourism Information Center* jalan Asia Afrika adalah laki-laki.

### 5.1.2. Usia

Karakteristik responden Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung yang tersebar di tiga lokasi yaitu Bandara Husein Sastranegara, 23 Paskal *Hypersquare*, dan Asia Afrika berdasarkan usia dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Kategori Usia	Frekuensi	Persentase
<20	2	13.3%
20-29	5	33.3%
30-39	2	13.3%
40-49	3	20%
>50	3	20%
Total		25

Tabel 5. 4 Distribusi Frekuensi *Tourism Information Center* Bandara Husein Sastranegara Berdasarkan Usia

Berdasarkan tabel 5.4 di atas, dapat diketahui bahwa dari total 15 pengguna layanan *Tourism Information Center* Bandara Husein Sastranegara sebanyak 2

responden atau sebesar 13.3% berusia <20 tahun, sebanyak 5 responden atau sebesar 33.3% berusia 20-29 tahun, sebanyak 2 responden atau sebesar 13.3% berusia 30-39 tahun, sebanyak 3 responden atau sebesar 20% berusia 40-49 tahun dan sebanyak 3 responden atau sebesar 20% berusia >50 tahun.

Kategori Usia	Frekuensi	Persentase
<20	3	12%
20-29	10	40%
30-39	5	20%
>50	7	28%
Total		25

Tabel 5. 5 Distribusi Frekuensi *Tourism Information Center 23 Paskal Hypersquare* Berdasarkan Usia

Berdasarkan tabel 5.5 di atas, dapat diketahui bahwa dari total 25 pengguna layanan *Tourism Information Center 23 Paskal Hypersquare* sebanyak 3 responden atau sebesar 12% berusia <20 tahun, sebanyak 10 responden atau sebesar 40% berusia 20-29 tahun, sebanyak 5 responden atau sebesar 20% berusia 30-39 tahun, dan sebanyak 7 responden atau sebesar 28% berusia >50 tahun.

Kategori Usia	Frekuensi	Persentase
<20	10	17.9%
20-29	18	32.1%

30-39	12	21.4%
40-49	7	12.5%
>50	9	16.1%
Total		56

Tabel 5. 6 Distribusi Frekuensi *Tourism Information Center* Asia Afrika Berdasarkan Usia

Berdasarkan tabel 5.6 di atas, dapat diketahui bahwa dari total 56 pengguna layanan *Tourism Information Center* Asia Afrika sebanyak 10 responden atau sebesar 17.9% berusia <20 tahun, sebanyak 18 responden atau sebesar 32.1% berusia 20-29 tahun, sebanyak 12 responden atau sebesar 21.4% berusia 30-39 tahun, sebanyak 7 responden atau sebesar 12.5% berusia 40-49 tahun, dan sebanyak 9 responden atau sebesar 16.1% berusia >50 tahun.

### 5.1.3. Asal Lokasi Pelayanan

Karakteristik responden pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung berdasarkan Asal Lokasi pelayanan disajikan sebagai berikut:

Asal Lokasi	Frekuensi	Persentase
<i>Tourism Information Center</i> Bandara Husein Sastranegara	15	15.6%
<i>Tourism Information Center</i> 23 Paskal <i>Hypersquare</i>	25	26%
<i>Tourism Information Center</i> Asia Afrika	56	58.4%
Total		96

Tabel 5. 7 Distribusi Frekuensi *Tourism Information Center* Berdasarkan Asal Lokasi Pelayanan

Berdasarkan tabel 5.7 diatas diketahui bahwa dari total sample sebesar 96 responden, 15 responden merupakan pengguna layanan *Tourism Information Center* di Bandara Husein Sastranegara, 25 responden merupakan pengguna layanan *Tourism Information Center* di 23 Paskal Hypersquare, dan 56 responden merupakan pengguna layanan *Tourism Information Center* di Asia Afrika. Melalui tabel 5.7 dapat disimpulkan bahwa *Tourism Information Center* yang berlokasi di Jl Asia Afrika memiliki jumlah pengguna layanan terbanyak yaitu sejumlah 56 responden, hal ini juga didukung oleh Jl Asia Afrika yang merupakan alun-alun Kota Bandung sehingga dapat menjadi daya tarik bagi para wisatawan dan juga titik kumpul wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung.

## **5.2. Gap Antara Persepsi dan Harapan Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung dengan Perspektif *Service Quality***

Bagian ini akan menjelaskan mengenai nilai realita dan harapan pelayanan yang diperoleh dari pengguna layanan *Tourism Information Center Kota Bandung* yang tersebar di tiga lokasi yaitu Bandara Husein Sasranegara, 23 Paskal Hypersquare, dan Jl Asia Afrika. Pendekatan *Servqual* digunakan untuk mengetahui gap antara persepsi dan harapan para pengguna layanan. Hasil yang didapat didalam bagian ini diperoleh dengan menggunakan metode kuesioner yang disebarkan kepada 96 responden *Tourism Information Center Kota Bandung*. Data yang dihasilkan dari kuesioner yang sudah disebarkan kemudian diubah menjadi data interval karena data realita dan

harapan yang diperoleh akan dilakukan pengurangan sehingga skala interval tepat digunakan didalam penelitian ini. Hasil yang diperoleh meliputi nilai rata-rata realita serta harapan, dan Gap antara realita dan harapan kemudian diolah secara kuantitatif dengan menggunakan program *Statistic Package for the Social Sciences (SPSS)*.

### **5.2.1. Gap Antara Persepsi dan Harapan Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung Berdasarkan Dimensi *Reliability* dengan Perspektif *Service Quality***

Mengutip dari Parasuraman didalam bukunya yang berjudul “*Service Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm Seventh Edition*” menjelaskan bahwa *Reliability* merupakan kemampuan sebuah pelayanan untuk memberikan pelayanan yang dapat diandalkan, hal ini mencakup konsistensi sebuah pelayanan. Berikut dipaparkan hasil tanggapan responden *Tourism Information Center* Kota Bandung berupa nilai rata-rata pada tingkat realita dan harapan serta gap yang dihasilkan dari setiap indikator.

Indikator	<i>Tourism Informaton Center</i> Kota Bandung		
	Realita	Harapan	Gap
Keberadaan TIC di tiga lokasi (Asia Afrika, 23 Paskal, dan Bandara Husein Sastranegara) memudahkan wisatawan untuk mengakses informasi destinasi wisata Kota Bandung	2.97	3.05	- 0.08

Keberadaan TIC Mobile Memudahkan wisatawan untuk mengakses informasi destinasi wisata Kota Bandung	3.14	3.41	- 0.27
Keberadaan media sosial TIC ( <i>Instagram, E-Mail, dan Tik-Tok</i> ) memudahkan wisatawan untuk mengakses informasi destinasi wisata Kota Bandung	2.97	3.65	- 0.68

Tabel 5. 8 Kualitas Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung Berdasarkan Dimensi Reliabel

Teori Parasuraman menjelaskan bahwa pelayanan yang berkualitas harus dapat diandalkan, dalam hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Trifanti Andayani selaku fasilitator bidang promosi/pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung untuk memenuhi aspek reliable layanan *Tourism Information Center* menyediakan pusat informasi *Tourism Information Center* fisik yang tersebar di tiga lokasi yaitu di Bandara Husein Sastranegara, 23 Paskal Hypersquare, dan Jl Asia Afrika, Pusat informasi yang bersifat berkeliling (*mobile*) *Tourism Information Center Mobile*, dan media sosial *Tourism Information Center* yang meliputi aplikasi *Instagram, Tik-Tok, dan e-Mail*. Ketiga aspek yang dimiliki oleh pelayanan *Tourism Information Center* tersebut merupakan indikator pelayanan yang dimiliki oleh layanan *Tourism Information Center* dalam aspek kehandalan (*Reliable*).

Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada 96 responden yang merupakan pengguna layanan *Tourism Information Center* untuk indikator pelayanan pertama pada dimensi *reliable* yaitu “pusat informasi fisik TIC



(Bandara Husein Sastranegara, 23 Paskal *Hypersquare*, dan Jl Asia Afrika) memudahkan wisatawan Kota Bandung untuk mengakses informasi destinasi wisata Kota Bandung” dalam kategori realita memperoleh nilai mean sebesar 2.97. Pada kategori harapan diperoleh nilai mean sebesar 3.05. Dari nilai yang diperoleh pada kategori realita dan harapan maka dihasilkan gap sebesar -0.08. Berdasarkan hasil gap yang diperoleh menandakan bahwa persepsi pengguna layanan dibawah harapan dari pengguna layanan.

Indikator pelayanan kedua dalam dimensi *reliable* yaitu “Keberadaan TIC Mobile Memudahkan wisatawan untuk mengakses informasi destinasi wisata Kota Bandung” pada kategori realita, memperoleh nilai mean sebesar 3.14. Untuk kategori harapan indikator layanan kedua memperoleh nilai mean sebesar 3.41. Dari nilai yang diperoleh pada kategori realita dan harapan maka dihasilkan gap sebesar -0.27. Berdasarkan hasil gap yang diperoleh menandakan bahwa persepsi pengguna layanan dibawah harapan dari pengguna layanan.

Indikator pelayanan ketiga didalam dimensi *reliable* yaitu “Keberadaan media sosial TIC (*Instagram, E-Mail, dan Tik-Tok*) memudahkan wisatawan untuk mengakses informasi destinasi wisata Kota Bandung” pada kategori realita diperoleh nilai mean sebesar 2.97. Pada kategori harapan diperoleh nilai mean sebesar 3.65. Dari nilai yang diperoleh pada kategori realita dan harapan maka dihasilkan gap sebesar -0.68. Berdasarkan hasil gap yang diperoleh menandakan bahwa persepsi pengguna layanan dibawah harapan dari pengguna layanan.

### 5.2.2. Gap Antara Persepsi dan Harapan Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung Berdasarkan Dimensi *Responsiveness* dengan Perspektif *Service Quality*

Responsivitas (*Responsiveness*) merupakan kemauan pelayanan untuk cepat tanggap dan kesediaan pelayanan untuk membantu pengguna layanan dan memberikan pelayanan yang cepat. Dalam hal ini responsivitas berkaitan dengan kemauan staff *Tourism Information Center* dalam menjawab pertanyaan pengguna layanan dan kemauan staff *Tourism Information Center* dalam memberikan informasi melalui pusat informasi fisik (Pusat Informasi Bandara Husein Sastranegara, 23 Paskal *Hypersquare*, dan Pusat informasi Jl Asia Afrika), dan melalui media sosial *Tourism Information Center*. Berikut dipaparkan hasil tanggapan responden *Tourism Information Center* Kota Bandung berupa nilai rata-rata pada tingkat realita dan harapan serta gap yang dihasilkan dari setiap indikator. Selain itu pada bagian ini akan dilengkapi pembahasan pada dimensi responsivitas. Untuk dimensi *Responsiveness* terdiri dari 4 pernyataan yang dilengkapi dengan jumlah rata-rata pada tingkat realita, dan harapan.

Indikator	<i>Tourism Informaton Center</i> Kota Bandung		
	Realita	Harapan	Gap
Staff TIC mampu dengan cepat memberikan informasi melalui pusat informasi (Asia Afrika, Paskal 23, dan Bandara Husein Sastranegara)	3.25	3.65	- 0.40

Staff TIC mampu dengan cepat menjawab pertanyaan pengguna layanan melalui pusat informasi (Asia Afrika, Paskal 23, dan Bandara Husein Sastranegara)	3.41	3.65	- 0.25
Staff TIC mampu dengan cepat memberikan informasi melalui media sosial (Instagram, E-mail dan Tik-tok) Staff TIC mampu dengan cepat menjawab pertanyaan pengguna layanan melalui media sosial (Instagram, E-mail dan Tik-tok)	3.41	3.65	- 0.25
Staff TIC mampu dengan cepat menjawab pertanyaan pengguna layanan melalui media sosial (Instagram, E-mail dan Tik-tok)	3.25	3.65	- 0.40

Tabel 5. 9 Kualitas Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung Berdasarkan Dimensi *Responsiveness*

Responsivitas (*Responsiveness*) berkaitan dengan kemauan pelayanan untuk cepat dalam memberikan informasi yang dibutuhkan pengguna layanan serta kesediaan sebuah pelayanan untuk membantu pengguna layanan. Dalam pelayanan *Tourism Information Center* Responsivitas berkaitan dengan kemauan para staff *TIC* untuk cepat dalam memberikan informasi kepada wisatawan melalui pusat informasi fisik yang tersebar di tiga lokasi serta melalui media sosial *Tourism Information Center*. Melalui wawancara dengan Ibu Trifanti Andayani untuk memenuhi aspek *Responsiveness* beliau mengatakan bahwa “Kalo untuk segi responsif secara online kita sangat aktif di instagram ditambah rekan rekan *TIC* sejumlah enam orang ditambah tiga orang konten kreator dan konten editor juga masing masing dari mereka memegang *Instagram TIC* dan media sosial lainnya sehingga apabila kita bertanya

*mengenai destinasi wisata pasti semua akan merespon dengan cepat kemudian dari segi email juga ada yang megang sehingga apabila ada yang bertanya melalui email juga akan di respon dengan cepat”*. Berdasarkan pernyataan beliau menandakan bahwa *Tourism Information Center* memiliki sembilan orang staff meliputi tiga *Content Creator*, dan enam staff *Tourism Information Center*.

Maka dari itu didalam dimensi *Responsiveness* terdapat empat pernyataan yang meliputi kemauan staff TIC dalam menjawab pertanyaan para wisatawan serta memberikan informasi kepada wisatawan melalui pusat informasi fisik serta media sosial *Tourism Information Center*. Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada 96 responden yang merupakan pengguna layanan *Tourism Information Center* untuk indikator pelayanan pertama didalam dimensi *responsiveness* yaitu “Staff TIC mampu dengan cepat memberikan informasi melalui pusat informasi (Asia Afrika, Paskal 23, dan Bandara Husein Sastranegara)” memperoleh nilai mean pada kategori realita sebesar 3.25. Pada kategori harapan diperoleh nilai mean sebesar 3.65. Dari nilai yang diperoleh pada kategori realita dan harapan maka dihasilkan gap sebesar -0.40. Berdasarkan hasil gap yang diperoleh menandakan bahwa persepsi pengguna layanan dibawah harapan dari pengguna layanan.

Indikator pelayanan kedua didalam dimensi *responsiveness* yaitu “Staff TIC mampu dengan cepat menjawab pertanyaan pengguna layanan melalui pusat informasi (Asia Afrika, Paskal 23, dan Bandara Husein Sastranegara)” dalam kategori realita memperoleh nilai mean sebesar 3.41. Pada kategori harapan diperoleh nilai mean

sebesar 3.65. Dari nilai yang diperoleh pada kategori realita dan harapan maka dihasilkan gap sebesar -0.25. Berdasarkan hasil gap yang diperoleh menandakan bahwa persepsi pengguna layanan dibawah harapan dari pengguna layanan.

Indikator pelayanan ketiga didalam dimensi *responsiveness* yaitu “Staff TIC mampu dengan cepat memberikan informasi melalui media sosial (*Instagram, E-mail dan Tik-tok*)” pada kategori realita memperoleh nilai mean sebesar 3.41. Pada kategori harapan diperoleh nilai mean sebesar 3.65. Dari nilai yang diperoleh pada kategori realita dan harapan maka dihasilkan gap sebesar -0.25. Berdasarkan hasil gap yang diperoleh menandakan bahwa persepsi pengguna layanan dibawah harapan dari pengguna layanan.

Indikator pelayanan keempat didalam dimensi *responsiveness* yaitu “Staff TIC mampu dengan cepat menjawab pertanyaan pengguna layanan melalui media sosial (*Instagram, E-mail dan Tik-tok*)” dalam kategori harapan memperoleh nilai mean sebesar 3.25. Pada kategori harapan diperoleh nilai mean sebesar 3.65. Dari nilai yang diperoleh pada kategori realita dan harapan maka dihasilkan gap sebesar -0.40. Berdasarkan hasil gap yang diperoleh menandakan bahwa persepsi pengguna layanan dibawah harapan dari pengguna layanan.

### **5.2.3. Gap Antara Persepsi dan Harapan Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung Berdasarkan Dimensi *Assurance* dengan Perspektif *Service Quality***

Jaminan (*Assurance*) merupakan pengetahuan, kesopanan karyawan, dan kemampuan mereka dalam menyampaikan informasi kepada pengguna layanan, hal ini mencakup kompetensi staff TIC dalam menyampaikan informasi mengenai destinasi

wisata Kota Bandung, pengetahuan mereka mengenai ragam destinasi wisata yang tersedia di Kota Bandung dan kemampuan berbahasa serta berkomunikasi sehingga informasi yang disampaikan mampu diterima dengan jelas oleh para wisatawan Kota Bandung. Berikut dipaparkan hasil tanggapan responden *Tourism Information Center* Kota Bandung berupa nilai rata-rata pada tingkat realita dan harapan serta gap yang dihasilkan dari setiap indikator.

Indikator	<i>Tourism Informaton Center</i> Kota Bandung		
	Realita	Harapan	Gap
Staff TIC terampil berkomunikasi menggunakan Bahasa Daerah dan Bahasa Indonesia	2.32	3.65	-1.33
Staff TIC memiliki wawasan yang luas mengenai objek wisata kota Bandung sehingga wisatawan memperoleh informasi yang jelas dan mudah dimengerti	3.65	3.05	0.61

Tabel 5. 10 Kualitas Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung Berdasarkan Dimensi *Assurance*

Jaminan (*Assurance*) merupakan dimensi yang berkaitan dengan pengetahuan karyawan terhadap materi yang akan disampaikan kepada pengguna layanan, kesopanan karyawan dan kemampuan mereka dalam menyampaikan informasi kepada pengguna layanan. Berdasarkan definisi tersebut *assurance* didalam pelayanan *Tourism Information Center* kota Bandung berkaitan dengan keterampilan staff TIC

dalam berkomunikasi dengan menggunakan Bahasa Indonesia ataupun Bahasa Daerah agar penyampaian informasi mengenai destinasi wisata kota Bandung mampu tersampaikan dengan baik kepada para wisatawan, selain itu *assurance* berkaitan dengan wawasan para staff TIC mengenai destinasi wisata yang tersedia di kota Bandung. Melalui wawancara dengan ibu Trifanti Andayani untuk memenuhi aspek *assurance* beliau mengatakan bahwa “*Kalo untuk kompetensi Bahasa itu yang paling penting, dan Teknik komunikasi, kemudian wawasan dan pengetahuan staff mengenai destinasi wisata yang ada di kota Bandung, pengetahuan tentang usaha jasa pariwisata yang ada di kota Bandung seperti, hotel, transportasi (travel). Terutama kompetensi komunikasi karena kita ketemu sama orang jadi harus mampu menguasai cara komunikasi yang baik*”. Berdasarkan hasil wawancara maka didalam dimensi *assurance* terdapat dua pernyataan yang meliputi kemampuan staff dalam menggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Daerah dan wawasan staff TIC terhadap objek wisata yang tersedia di kota Bandung.

Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada 96 responden yang merupakan pengguna layanan *Tourism Information Center* untuk indikator pelayanan pertama didalam dimensi *assurance* yaitu “Staff TIC terampil berkomunikasi menggunakan Bahasa Daerah dan Bahasa Indonesia” pada kategori realita memperoleh nilai mean sebesar 2.32. Pada kategori harapan diperoleh nilai mean sebesar 3.65. Dari nilai yang diperoleh pada kategori realita dan harapan maka dihasilkan gap sebesar -1.33. Berdasarkan hasil gap yang diperoleh menandakan bahwa persepsi pengguna layanan dibawah harapan dari pengguna layanan.

Indikator pelayanan kedua didalam dimensi *assurance* yaitu “Staff TIC memiliki wawasan yang luas mengenai objek wisata kota Bandung sehingga wisatawan “pada kategori realita memperoleh nilai mean sebesar 3.65. Pada Kategori harapan diperoleh nilai mean sebesar 3.05. Dari nilai yang diperoleh pada kategori realita dan harapan maka dihasilkan gap sebesar 0.60. Berdasarkan hasil gap yang diperoleh menandakan bahwa persepsi pengguna layanan lebih besar dari harapan pengguna layanan.

#### **5.2.4. Gap Antara Persepsi dan Harapan Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung Berdasarkan Dimensi *Tangible* dengan Perspektif *Service Quality***

Wujud (*Tangible*) merupakan penampilan fisik yang meliputi fasilitas didalam pelayanan, peralatan personel, dan materi komunikasi. Dalam hal ini *Tangible* didalam pelayanan *Tourism Information Center* meliputi penampilan dari staff TIC, penyediaan fasilitas yang mendukung pelayanan, fasilitas yang tersedia di pusat informasi fisik TIC meliputi kursi, meja, dan pendingin ruangan serta fasilitas tersebut cukup untuk menampung wisatawan, hal terakhir merupakan materi komunikasi. Materi komunikasi didalam pelayanan TIC meliputi *booklet*, *e-booklet* dan brosur yang memuat informasi mengenai destinasi wisata Kota Bandung termasuk cara wisatawan untuk mengakses destinasi wisata tersebut tidak hanya itu, informasi yang dimuat didalam materi komunikasi TIC memiliki kategori-kategori yang berbeda berdasarkan jenis destinasi wisata (destinasi wisata alam, destinasi wisata *heritage*, dan lain-lain). Berikut dipaparkan hasil tanggapan responden *Tourism Information Center* Kota



Bandung berupa nilai rata-rata pada tingkat realita dan harapan serta gap yang dihasilkan dari setiap indikator.

Indikator	<i>Tourism Informaton Center</i> Kota Bandung		
	Realita	Harapan	Gap
Penampilan dari staff TIC rapih	2.47	3.05	-0.58
Pusat informasi fisik TIC kota Bandung menyediakan fasilitas seperti penyediaan AC, kursi dan meja bagi wisatawan serta fasilitas yang tersedia cukup untuk menampung wisatawan	3.41	3.25	0.15
Pusat Informasi fisik TIC Kota Bandung (Asia Afrika, 23 Paskal dan Bandara Husein Sastranegara) menyediakan brosur, <i>booklet</i> , dan <i>e-booklet</i> destinasi wisata Kota Bandung	2.41	3.14	-0.73

Tabel 5. 11 Kualitas Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung Berdasarkan Dimensi *Tangible*

Wujud (*Tangible*) merupakan dimensi yang berkaitan dengan penampilan fisik sebuah layanan, hal ini berkaitan dengan penampilan para personel/staff pelayanan, fasilitas yang mendukung pelayanan termasuk kenyamanan bagi para pengguna layanan dan materi komunikasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Trifanti Andayani untuk memenuhi aspek *tangible* di setiap pusat informasi fisik *Tourism Information Center* disediakan *booklet*, *e-booklet*, dan brosur sebagai media

komunikasi yang memuat informasi mengenai destinasi wisata kota Bandung selain itu terdapat meja dan kursi yang disediakan bagi para wisatawan untuk menunjang kenyamanan mereka saat sedang berkunjung ke pusat informasi *Tourism Information Center* kota Bandung, dan setiap staff TIC diberikan seragam yang mewakili pelayanan *Tourism Information Center*. Khusus di Asia Afrika disediakan pendingin ruangan karena dua pusat informasi lainnya yang terletak di 23 Paskal *Hypersquare*, dan Bandara Husein Sastranegara berada di wilayah *outdoor* sementara pusat informasi *Tourism Information Center* yang terletak di jalan Asia Afrika memiliki bangunan tersendiri. Berdasarkan hasil wawancara maka didalam dimensi *tangible* terdapat tiga pernyataan yang meliputi penampilan dari staff TIC rapih, pusat informasi fisik *Tourism Information Center* kota Bandung menyediakan fasilitas yang cukup untuk menampung para wisatawan dan pusat informasi fisik *Tourism Information Center* kota Bandung menyediakan brosur, *booklet*, dan *e-booklet* destinasi wisata kota Bandung.

Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada 96 responden yang merupakan pengguna layanan *Tourism Information Center* untuk indikator pelayanan pertama didalam dimensi *tangible* yaitu “Penampilan dari staff TIC rapih” pada kategori realita memperoleh nilai mean sebesar 2.47. Pada kategori harapan diperoleh nilai mean sebesar 3.05. Dari nilai yang diperoleh pada kategori realita dan harapan maka dihasilkan gap sebesar -0.58. Berdasarkan hasil gap yang diperoleh menandakan bahwa persepsi pengguna layanan dibawah harapan dari pengguna layanan.

Indikator pelayanan kedua didalam dimensi *tangible* yaitu “Pusat informasi fisik TIC kota Bandung menyediakan fasilitas seperti penyediaan AC, kursi dan meja bagi wisatawan serta fasilitas yang tersedia cukup untuk menampung wisatawan “ pada kategori realita memperoleh nilai mean sebesar 3.41. Pada kategori harapan diperoleh nilai mean sebesar 3.25. Dari nilai yang diperoleh pada kategori realita dan harapan maka dihasilkan gap sebesar 0.15. Berdasarkan hasil gap yang diperoleh menandakan bahwa persepsi pengguna layanan lebih besar dari harapan pengguna layanan.

Indikator pelayanan ketiga didalam dimensi *tangible* yaitu “Pusat Informasi fisik TIC Kota Bandung (Asia Afrika, 23 Paskal dan Bandara Husein Sastranegara) menyediakan brosur, *booklet*, dan *e-booklet* destinasi wisata Kota Bandung” pada kategori realita memperoleh nilai mean sebesar 2.41. Pada kategori harapan diperoleh nilai mean sebesar 3.14. Dari nilai yang diperoleh pada kategori realita dan harapan maka dihasilkan gap sebesar -0.73. Berdasarkan hasil gap yang diperoleh menunjukkan bahwa persepsi pengguna layanan dibawah harapan.

#### **5.2.5. Gap Antara Persepsi dan Harapan Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung Berdasarkan Dimensi *Emphaty* dengan Perspektif *Service Quality***

Empati (*Emphaty*) berhubungan dengan kepedulian karyawan/staff terhadap pengguna layanan, hal ini mencakup pemberian rasa aman kepada pengguna layanan dan upaya karyawan/staff dalam memahami kebutuhan pengguna layanan. Empati didalam pelayanan *Tourism Information Center* berkaitan dengan kepedulian staff TIC terhadap kebutuhan wisatawan, serta pemberian pelayanan yang aman dan nyaman dari para staff TIC. Berikut dipaparkan hasil tanggapan responden *Tourism Information*

*Center* Kota Bandung berupa nilai rata-rata pada tingkat realita dan harapan serta gap yang dihasilkan dari setiap indikator:

Indikator	<i>Tourism Informaton Center</i> Kota Bandung		
	Realita	Harapan	Gap
Staff TIC memberikan pelayanan yang aman dan nyaman	3.41	3.25	0.15
Staff TIC Peduli terhadap kebutuhan wisatawan	3.25	3.14	0.11

Tabel 5. 12 Kualitas Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung Berdasarkan Dimensi *Emphaty*

Empati (*Emphaty*) merupakan dimensi yang berkaitan dengan kepedulian para staff terhadap pengguna layanan yang mencakup pemberian rasa aman kepada para pengguna layanan dan upaya staff dalam memahami kebutuhan para pengguna layanan. Maka dari itu para staff *Tourism Information Center* kota Bandung diwajibkan untuk memberikan pelayanan yang aman dan nyaman kepada para wisatawan dan para staff *Tourism Information Center* kota Bandung harus peduli terhadap kebutuhan para wisatawan. Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada 96 responden yang merupakan pengguna layanan *Tourism Information Center* untuk indikator pelayanan pertama didalam dimensi *emphaty* yaitu “Staff TIC memberikan pelayanan yang aman dan nyaman” pada kategori realita memperoleh nilai mean sebesar 3.41. Pada kategori harapan diperoleh nilai mean sebesar 3.25. Dari

nilai yang diperoleh pada kategori realita dan harapan maka dihasilkan gap sebesar 0.15. Berdasarkan hasil gap yang diperoleh menunjukkan bahwa persepsi pengguna layanan lebih besar dari nilai harapan.

Indikator pelayanan kedua didalam dimensi *emphaty* yaitu “Staff TIC Peduli terhadap kebutuhan wisatawan” pada kategori realita memperoleh nilai mean sebesar 3.25. Pada kategori harapan diperoleh nilai mean sebesar 3.14. Dari nilai yang diperoleh pada kategori realita dan harapan maka dihasilkan gap sebesar 0.11. Berdasarkan hasil gap yang diperoleh menandakan bahwa persepsi pengguna layanan lebih besar dari harapan pengguna layanan.

#### 5.2.6 Total Kualitas Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung

Berikut akan dipaparkan total nilai tanggapan responden *Tourism Information Center* berupa skor total seluruh dimensi pelayanan yang dilengkapi dengan total nilai rata-rata (mean) ada tingkat realita, harapan, dan gap yang dihasilkan dari total nilai tersebut:

Total Kualitas Pelayanan <i>Tourism Information Center</i> Kota Bandung			
Mean Total		Gap	Kategori
Realita	Harapan		
3.09	3.37	-0.28	Persepsi tidak melebihi Harapan

Tabel 5. 13 Total Kualitas Pelayanan *Tourism Information Center* kota Bandung

Berdasarkan tabel 5.13 diatas menunjukkan bahwa total nilai rata rata pada tingkat realita pelayanan *Tourism Information Center* kota Bandung adalah sebesar 3.09, sementara pada tingkat harapan diperoleh nilai mean total sebesar 3.37. Sehingga berdasarkan nilai total rata- rata yang diperoleh pada tingkat realita dan harapan diperoleh gap negatif sebesar -0.28 yang menandakan bahwa secara keseluruhan pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung masih belum dapat memenuhi harapan para pengguna layanan..

### **5.3. Tingkat Kesesuaian Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung dengan Perspektif *Importance Performance Analysis***

Bagian ini akan menjelaskan mengenai tingkat kesesuaian per-indikator dimana nilai tingkat kesesuaian diperoleh dari pengguna layanan *Tourism Information Center Kota Bandung* yang tersebar di tiga lokasi yaitu Bandara Husein Sasranegara, 23 Paskal Hypersquare, dan Jl Asia Afrika. Pendekatan *Importance Performance Analysis* digunakan untuk mengetahui besaran persentase tingkat kesesuaian antara realita dan harapan para pengguna layanan. Hasil yang didapat didalam bagian ini diperoleh dengan menggunakan metode kuesioner yang disebarkan kepada 96 responden *Tourism Information Center Kota Bandung*. Setelah memperoleh tingkat kesesuaian dari masing-masing indikator, pada tahapan ini akan menjelaskan matrix *Importance Performance Analysis* dimana setiap indikator akan dikategorikan kedalam empat jenis kuadran. Hasil dari tingkat kesesuaian kemudian diubah kedalam matrix dengan menggunakan program *Statistic Package for the Social Sciences (SPSS)*.

### 5.3.1 Tingkat Kesesuaian Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung Berdasarkan Dimensi *Reliable* dengan Perspektif *Importance Performance Analysis*

Bagian ini akan menjelaskan mengenai tingkat kesesuaian masing-masing indikator didalam dimensi reliabel. Tingkat kesesuaian digunakan untuk melihat kesesuaian antara persepsi dan ekspektasi pengguna layanan *Tourism Information Center* kota Bandung. Berikut lampiran hasil tingkat kesesuaian masing-masing indikator didalam dimensi reliabel:

No	Indikator Pelayanan	Total Skor		Kesesuaian
		Realita	Harapan	
1	Keberadaan TIC di tiga lokasi (Asia Afrika, 23 Paskal, dan Bandara Husein Sastranegara) memudahkan wisatawan untuk mengakses informasi destinasi wisata Kota Bandung	284.90	292.38	97%
2	Keberadaan TIC Mobile Memudahkan wisatawan untuk mengakses informasi destinasi wisata Kota Bandung	301.23	326.96	92%
3	Keberadaan media sosial TIC ( <i>Instagram, E-Mail, dan Tik-Tok</i> ) memudahkan wisatawan untuk mengakses informasi destinasi wisata Kota Bandung	284.90	350.53	81%

Tabel 5. 14 Tingkat Kesesuaian Indikator Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung Berdasarkan Dimensi *Reliable*

Berdasarkan hasil hitung tingkat kesesuaian terhadap masing-masing indikator pada dimensi reliabel, indikator pertama yaitu “Keberadaan TIC di tiga lokasi (Asia Afrika, 23 Paskal, dan Bandara Husein Sastranegara) memudahkan wisatawan untuk mengakses informasi destinasi wisata Kota Bandung” memperoleh nilai tingkat kesesuaian sebesar 97%. Dimana masih dibutuhkan 3% untuk mencapai tingkat kesesuaian 100%. Hal ini menandakan bahwa pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan para pengguna layanan *Tourism Information Center* kota Bandung.

Pada indikator kedua yaitu “ Keberadaan TIC Mobile Memudahkan wisatawan untuk mengakses informasi destinasi wisata Kota Bandung “ memperoleh nilai tingkat kesesuaian sebesar 92%. Berdasarkan hasil nilai tingkat kesesuaian yang diperoleh maka dibutuhkan sebesar 8% untuk mencapai tingkat kesesuaian 100%. Hal ini menandakan bahwa pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan para pengguna layanan *Tourism Information Center* kota Bandung.

Pada indikator ketiga yaitu “Keberadaan media sosial TIC (*Instagram, E-Mail, dan Tik-Tok*) memudahkan wisatawan untuk mengakses informasi destinasi wisata Kota Bandung” memperoleh nilai tingkat kesesuaian sebesar 81%. Berdasarkan hasil nilai tingkat kesesuaian yang diperoleh maka dibutuhkan sebesar 19% untuk mencapai tingkat kesesuaian 100%. Hal ini menandakan bahwa pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan para pengguna layanan *Tourism Information Center* kota Bandung.



**5.3.2 Tingkat Kesesuaian Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung Berdasarkan Dimensi *Responsiveness* dengan Perspektif *Importance Performance Analysis***

Bagian ini akan menjelaskan mengenai tingkat kesesuaian masing-masing indikator didalam dimensi responsivitas. Tingkat kesesuaian digunakan untuk melihat kesesuaian antara persepsi dan ekspektasi pengguna layanan *Tourism Information Center* kota Bandung. Berikut akan dipaparkan hasil tingkat kesesuaian masing-masing indikator didalam dimensi responsivitas:

No	Indikator Pelayanan	Total Skor		Kesesuaian
		Realita	Harapan	
1	Staff TIC mampu dengan cepat memberikan informasi melalui pusat informasi (Asia Afrika, Paskal 23, dan Bandara Husein Sastranegara)	312.21	350.53	89%
2	Staff TIC mampu dengan cepat menjawab pertanyaan pengguna layanan melalui pusat informasi (Asia Afrika, Paskal 23, dan Bandara Husein Sastranegara)	326.96	350.53	93%
3	Staff TIC mampu dengan cepat memberikan informasi melalui media sosial (Instagram, E-mail dan Tik-tok)	326.96	350.53	93%

4	Staff TIC mampu dengan cepat menjawab pertanyaan pengguna layanan melalui media sosial (Instagram, E-mail dan Tik-tok)	312.21	350.53	89%
---	--	--------	--------	-----

Tabel 5. 15 Tingkat Kesesuaian Indikator Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung Berdasarkan Dimensi *Responsiveness*

Berdasarkan hasil hitung tingkat kesesuaian terhadap masing-masing indikator pada dimensi *responsiveness*, indikator pertama yaitu “Staff TIC mampu dengan cepat memberikan informasi melalui pusat informasi (Asia Afrika, Paskal 23, dan Bandara Husein Sastranegara)” memperoleh nilai tingkat kesesuaian sebesar 89%. Berdasarkan hasil nilai tingkat kesesuaian yang diperoleh maka dibutuhkan sebesar 11% untuk mencapai tingkat kesesuaian 100%. Hal ini menandakan bahwa pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan para pengguna layanan *Tourism Information Center* kota Bandung.

Pada indikator kedua yaitu “Staff TIC mampu dengan cepat menjawab pertanyaan pengguna layanan melalui pusat informasi (Asia Afrika, Paskal 23, dan Bandara Husein Sastranegara)” memperoleh nilai tingkat kesesuaian sebesar 93%. Berdasarkan hasil nilai tingkat kesesuaian yang diperoleh maka dibutuhkan sebesar 7% untuk mencapai tingkat kesesuaian 100%. Hal ini menandakan bahwa pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan para pengguna layanan *Tourism Information Center* kota Bandung.

Pada indikator ketiga yaitu “Staff TIC mampu dengan cepat memberikan informasi melalui media sosial (Instagram, E-mail dan Tik-tok)” memperoleh nilai tingkat

kesesuaian sebesar 93%. Berdasarkan hasil nilai tingkat kesesuaian yang diperoleh maka dibutuhkan sebesar 7% untuk mencapai tingkat kesesuaian 100%. Hal ini menandakan bahwa pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan para pengguna layanan *Tourism Information Center* kota Bandung.

Pada Indikator ke-empat yaitu “Staff TIC mampu dengan cepat menjawab pertanyaan pengguna layanan melalui media sosial (Instagram, E-mail dan Tik-tok)” memperoleh nilai tingkat kesesuaian sebesar 89%. Berdasarkan hasil nilai tingkat kesesuaian yang diperoleh maka dibutuhkan sebesar 11% untuk mencapai tingkat kesesuaian 100%. Hal ini menandakan bahwa pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan para pengguna layanan *Tourism Information Center* Kota Bandung.

### **5.3.3 Tingkat Kesesuaian Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung Berdasarkan Dimensi *Assurance* dengan Perspektif *Importance Performance Analysis***

Bagian ini akan menjelaskan mengenai tingkat kesesuaian masing-masing indikator didalam dimensi *assurance*. Tingkat kesesuaian digunakan untuk melihat kesesuaian antara persepsi dan ekspektasi pengguna layanan *Tourism Information Center* kota Bandung. Berikut akan dipaparkan hasil tingkat kesesuaian masing-masing indikator didalam dimensi *assurance*:

No	Atribut Pelayanan	Total Skor		Kesesuaian
		Realita	Harapan	
1	Staff TIC terampil berkomunikasi menggunakan Bahasa Daerah dan Bahasa Indonesia	222.94	350.52	64%
2	Staff TIC memiliki wawasan yang luas mengenai objek wisata kota Bandung sehingga wisatawan memperoleh informasi yang jelas dan mudah dimengerti	350.53	292.38	120%

Tabel 5. 16 Tingkat Kesesuaian Indikator Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung Berdasarkan Dimensi *Assurance*

Berdasarkan hasil hitung tingkat kesesuaian terhadap masing-masing indikator pada dimensi *assurance*, indikator pertama yaitu “Staff TIC terampil berkomunikasi menggunakan Bahasa Daerah dan Bahasa Indonesia” memperoleh nilai tingkat kesesuaian sebesar 64%. Berdasarkan hasil nilai tingkat kesesuaian yang diperoleh maka dibutuhkan sebesar 34% untuk mencapai tingkat kesesuaian 100%. Hal ini menandakan bahwa pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan para pengguna layanan *Tourism Information Center* kota Bandung.

Pada Indikator kedua yaitu “Staff TIC memiliki wawasan yang luas mengenai objek wisata kota Bandung sehingga wisatawan memperoleh informasi yang jelas dan mudah dimengerti” memperoleh nilai tingkat kesesuaian sebesar 120%. Hal ini menunjukkan nilai tingkat kesesuaian dimana nilai realita melebihi nilai harapan.

### 5.3.4 Tingkat Kesesuaian Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung Berdasarkan Dimensi *Tangible* dengan Perspektif *Importance Performance Analysis*

Bagian ini akan menjelaskan mengenai tingkat kesesuaian masing-masing indikator didalam dimensi *tangible*. Tingkat kesesuaian digunakan untuk melihat kesesuaian antara persepsi dan ekspektasi pengguna layanan *Tourism Information Center* kota Bandung. Berikut akan dipaparkan hasil tingkat kesesuaian masing-masing indikator didalam dimensi *tangible*:

No	Atribut Pelayanan	Total Skor		Kesesuaian
		Realita	Harapan	
1	Penampilan dari staff TIC rapih	236.80	292.38	81%
2	Pusat informasi fisik TIC kota Bandung menyediakan fasilitas seperti penyediaan AC, kursi dan meja bagi wisatawan serta fasilitas yang tersedia cukup untuk menampung wisatawan	326.96	312.21	105%
3	Pusat Informasi fisik TIC Kota Bandung (Asia Afrika, 23 Paskal dan Bandara Husein Sastranegara) menyediakan brosur, <i>booklet</i> , dan <i>e-booklet</i> destinasi wisata Kota Bandung	230.94	301.23	77%

Tabel 5. 17 Tingkat Kesesuaian Indikator Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung Berdasarkan Dimensi *Tangible*

Berdasarkan hasil hitung tingkat kesesuaian terhadap masing-masing indikator pada dimensi *tangible*, indikator pertama yaitu “Penampilan dari staff TIC rapih” memperoleh nilai tingkat kesesuaian sebesar 81%. Berdasarkan hasil nilai tingkat kesesuaian yang diperoleh maka dibutuhkan sebesar 19% untuk mencapai tingkat kesesuaian 100%. Hal ini menandakan bahwa pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan para pengguna layanan *Tourism Information Center* kota Bandung.

Pada indikator kedua yaitu “Pusat informasi fisik TIC kota Bandung menyediakan fasilitas seperti penyediaan AC, kursi dan meja bagi wisatawan serta fasilitas yang tersedia cukup untuk menampung wisatawan” memperoleh nilai tingkat kesesuaian sebesar 105%. Hal ini menunjukkan nilai tingkat kesesuaian dimana nilai realita melebihi nilai harapan.

Pada Indikator ketiga yaitu “Pusat Informasi fisik TIC Kota Bandung (Asia Afrika, 23 Paskal dan Bandara Husein Sastranegara) menyediakan brosur, *booklet*, dan *e-booklet* destinasi wisata Kota Bandung” memperoleh nilai tingkat kesesuaian sebesar 77%. Berdasarkan hasil nilai tingkat kesesuaian yang diperoleh maka dibutuhkan sebesar 23% untuk mencapai tingkat kesesuaian 100%. Hal ini menandakan bahwa pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan para pengguna layanan *Tourism Information Center* kota Bandung.

### 5.3.5 Tingkat Kesesuaian Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung Berdasarkan Dimensi *Emphaty* dengan Perspektif *Importance Performance Analysis*

Bagian ini akan menjelaskan mengenai tingkat kesesuaian masing-masing indikator didalam dimensi *emphaty*. Tingkat kesesuaian digunakan untuk melihat kesesuaian antara persepsi dan ekspektasi pengguna layanan *Tourism Information Center* kota Bandung. Berikut akan dipaparkan hasil tingkat kesesuaian masing-masing indikator didalam dimensi *emphaty*:

No	Atribut Pelayanan	Total Skor		Kesesuaian
		Realita	Harapan	
1	Staff TIC memberikan pelayanan yang aman dan nyaman	326.96	312.21	105%
2	Staff TIC Peduli terhadap kebutuhan wisatawan	312.21	301.23	104%

Tabel 5. 18 Tingkat Kesesuaian Indikator Pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung Berdasarkan Dimensi *Emphaty*

Berdasarkan hasil hitung tingkat kesesuaian terhadap masing-masing indikator pada dimensi *emphaty*, indikator pertama yaitu “Staff TIC memberikan pelayanan yang aman dan nyaman” memperoleh nilai tingkat kesesuaian sebesar 105%. Hal ini menunjukkan nilai tingkat kesesuaian dimana nilai realita melebihi nilai harapan.

Pada indikator kedua yaitu “Staff TIC Peduli terhadap kebutuhan wisatawan “memperoleh nilai tingkat kesesuaian sebesar 104%. Hal ini menunjukkan nilai tingkat kesesuaian dimana nilai realita melebihi nilai harapan.

#### **5.4. Pembahasan Gap dan Tingkat Kesesuaian**

Pada bagian ini akan diuraikan pembahasan dengan menggunakan pendekatan *service quality* (servqual) untuk mengetahui gap antara persepsi dan harapan para pengguna layanan dan pembahasan dengan menggunakan pendekatan *importance performance analysis* (IPA) untuk mengetahui besaran persentase antara persepsi dan harapan para pengguna layanan *Tourism Information Center* Kota Bandung dengan melihat kepada 5 dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman

##### **5.4.1. Pembahasan Dimensi *Reliable***

Berdasarkan hasil analisis *SERVQUAL* pada dimensi *reliable* yang terdiri dari 3 pernyataan, semua pernyataan pada dimensi *reliabel* memperoleh nilai negatif. Begitu juga jika meninjau dengan perspektif *Importance Performance Analysis* seluruh pernyataan menghasilkan besaran persentase dibawah 100%. Ketiga pernyataan tersebut meliputi :

1. Indikator pusat informasi berbasis media sosial “Keberadaan media sosial TIC memudahkan wisatawan untuk mengakses informasi destinasi wisata Kota Bandung” memiliki nilai gap negatif dan tingkat kesesuaian terbesar yaitu -0.68 dengan tingkat kesesuaian sebesar 81%. Hasil ini menunjukkan bahwa keberadaan media sosial TIC belum memenuhi harapan pengguna layanan



dalam aspek keandalan (*reliability*), hal ini didukung dengan keluhan dan pendapat dari salah satu pengguna layanan *Tourism Information Center* yang mengungkapkan bahwa:

*“jujur aja mas saya kan jarang cek media sosial, jadi kalo ditanya memudahkan bagi saya atau engga mah jawabannya ya ga memudahkan orang saya jarang cek media sosial, justru harapan saya tuh mending bikin aplikasi aja deh, jadi kan lebih simple saya tinggal download aja gitu”.*

2. Indikator pusat informasi bersifat *mobile* (berkeliling) “Keberadaan TIC Mobile memudahkan wisatawan untuk mengakses informasi destinasi wisata Kota Bandung” memperoleh nilai gap negatif sebesar -0.27 dengan tingkat kesesuaian sebesar 92%. Hasil ini menunjukkan bahwa adanya TIC yang bersifat keliling belum memenuhi harapan para pengguna layanan pada aspek keandalan (*reliability*), hal ini didukung oleh pendapat serta keluhan dari salah satu pengguna layanan *Tourism Information Center* yang mengungkapkan bahwa :

*“yang tic keliling untuk saya kurang memudahkan ya karena tidak berkeliling , harapan saya pengennya ya si tic ini ada mobil lah mereka mirip kaya sim keliling gitu ada spot nya sendiri”*

3. Indikator pusat informasi fisik “Keberadaan TIC di tiga lokasi (Asia Afrika, Paskal, dan Bandara Husein Sastranegara) memudahkan wisatawan untuk mengakses informasi destinasi wisata Kota Bandung” memperoleh gap negatif sebesar -0.08 dengan tingkat kesesuaian sebesar 97%. Hasil ini menunjukkan

bahwa keberadaan pusat informasi fisik masih belum memenuhi harapan pengguna layanan pada aspek keandalan (*reliability*), hasil ini juga didukung oleh pendapat dan keluhan dari salah satu pengguna layanan *Tourism Information Center* yang mengungkapkan bahwa :

“*si tempat informasi plang nya kecil ga keliatan jadi bingung dan susah liat yang mana tempat TIC itu. Harapan saya sih pengennya si plang nya itu jelas lah aga besar terus jelas juga jadi kan akan memudahkan orang lain kalo mau cari informasi dari tic*”

Dari hasil uraian yang sudah dijelaskan maka dapat disimpulkan bahwa diperlukan perbaikan pada dimensi *reliabel* dikarenakan seluruh indikator yang ada pada dimensi ini menghasilkan nilai gap negatif dan tingkat kesesuaian yang masih di bawah 100%. Maka dari itu seluruh aspek didalam dimensi *reliabel* perlu dibenahi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung indikator pada dimensi *reliabel* mampu memenuhi harapan pengguna layanan.

#### **5.4.2. Pembahasan Dimensi Responsiveness**

Berdasarkan hasil analisis *SERVQUAL* pada dimensi *responsiveness* yang terdiri dari 4 pernyataan seluruhnya menghasilkan nilai gap negatif. Jika meninjau dengan menggunakan pendekatan *importance performance analysis* seluruh pernyataan menghasilkan nilai tingkat kesesuaian dibawah 100%. Keempat pernyataan tersebut meliputi :

1. Indikator kecepatan staff TIC dalam memberikan informasi “ Staff TIC cepat

dalam memberikan Informasi melalui pusat informasi fisik” “Staff TIC cepat dalam memberikan informasi melalui media sosial TIC” keduanya memperoleh nilai gap negatif sebesar -0.40 dan -0.25 dengan tingkat kesesuaian sebesar 89% dan 93%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kecepatan para staff TIC dalam memberikan informasi baik melalui pusat informasi fisik dan media sosial masih belum memenuhi harapan pengguna layanan pada aspek (*responsiveness*), hasil ini juga didukung oleh pendapat dan keluhan dari salah satu pengguna layanan *Tourism Information Center* yang mengungkapkan bahwa :

*“Saya lumayan aktif cek tik-tok sama Instagram kalo lagi liburan di Bandung buat nyari tempat tempat yang estetik, terus ya karena saya pernah beberapa kali nannya ke TIC Kota Bandung tentang destinasi apa nih yang lagi hype saya coba tanya lewat dm tik-tok sama Instagram, balesnya lama lebih dari 30 menit kali dari saya awal kirim dm, harapan saya sih mereka punya sistem gitu yang kalo ada orang nannya jawabnya cepet sama coba di cek lagi si staff nya takutnya lama ngebales dm dm orang tuh gara gara beban kerjanya keberatan”*

2. Indikator kecepatan staff TIC dalam menjawab pertanyaan pengguna layanan

“Staff TIC mampu dengan cepat menjawab pertanyaan pengguna layanan melalui pusat informasi “ “Staff TIC mampu dengan cepat menjawab pertanyaan pengguna layanan melalui media sosial” keduanya memperoleh nilai gap negatif sebesar -0.25 dan -0.40 dengan tingkat kesesuaian sebesar 93% dan 89%. Hasil ini menunjukkan bahwa kecepatan para staff TIC dalam

menjawab kebutuhan pengguna layanan masih dibawah harapan para pengguna layanan pada aspek (*responsiveness*), hasil ini didukung oleh pendapat serta keluhan dari salah satu pengguna layanan *Tourism Information Center* yang mengungkapkan bahwa :

*“belum terlalu cepet ah masih ga sesuai sama harapan sih sebenarnya baik itu yang tic yang bisa saya datengin ataupun ya dari media sosial, apalagi saya orang yang sesekali doang buka medsos. Pernah coba dm di Instagram nannya tentang cara naik banros cuman aga lama dibalesnya,”*

Dari hasil uraian yang sudah dijelaskan maka dapat disimpulkan bahwa indikator yang berkaitan dengan kecepatan staff TIC dalam menjawab pertanyaan pengguna ataupun memberikan informasi kepada para pengguna layanan masih belum memenuhi harapan para pengguna layanan, maka dari itu aspek terkait *responsiveness* perlu dibenahi dan ditingkatkan pelayanannya oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung sehingga mampu memenuhi harapan para pengguna layanan.

#### **5.4.3. Pembahasan Dimensi Assurance**

Berdasarkan hasil analisis *SERVQUAL* pada dimensi *assurance* yang terdiri dari 2 pernyataan, satu diantaranya menghasilkan nilai gap negatif. Jika meninjau dengan menggunakan pendekatan *importance performance Analysis* satu diantaranya menghasilkan nilai tingkat kesesuaian dibawah 100%. Dua pernyataan yang dimaksud adalah :

1. Indikator keterampilan berkomunikasi “Staff TIC terampil berkomunikasi

menggunakan Bahasa Daerah dan Bahasa Indonesia” memperoleh gap negatif sebesar -1.33 dan tingkat kesesuaian sebesar 64%. Hasil ini menunjukkan bahwa keterampilan staff TIC dalam berkomunikasi sangat jauh dari kata memenuhi harapan para pengguna layanan, gap dan tingkat kesesuaian yang dihasilkan oleh indikator ini merupakan hasil gap negatif terbesar dan juga tingkat kesesuaian yang terlampau jauh dari 100% dari seluruh indikator didalam setiap dimensi. Hasil tersebut juga didukung oleh pendapat serta keluhan dari salah satu pengguna layanan *Tourism Information Center* yang mengungkapkan bahwa :

*“selama saya menggunakan layanan tic , untuk wawasan staff sebenarnya mereka up to date banget cuman cara komunikasinya aja sih yang kadang bikin saya bingung ga langsung to the point aja, harapan saya justru kan mereka kalo ngejelasin tentang wisata Kota Bandung itu singkat padat dan jelas jadi cepet iya jelas iya ga bikin bingung”*

2. Hasil dari wawancara tersebut juga mengacu kepada indikator yang berkaitan dengan wawasan para staff TIC “Staff TIC memiliki wawasan yang luas mengenai objek wisata Kota Bandung sehingga wisatawan memperoleh informasi yang jelas dan mudah dimengerti” memperoleh gap positif sebesar 0.61 dan tingkat kesesuaian sebesar 120%. Hasil ini menandakan bahwa wawasan para staff TIC terhadap objek wisata telah berhasil melebihi harapan para pengguna layanan, hal ini juga didukung oleh pernyataan yang sudah dilampirkan diatas, dimana sebenarnya wawasan mereka terhadap objek wisata

ataupun lokasi yang sedang marak dikunjungi orang-orang sangat terbaharui (*up to date*) namun perlu adanya peningkatan skill berkomunikasi (*interpersonal skill*) para staff TIC

Dari hasil uraian yang sudah dijelaskan maka dapat disimpulkan bahwa indikator didalam aspek *assurance* terkait keterampilan berkomunikasi para staff TIC perlu ditingkatkan kualitasnya dan dibenahi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung sehingga mampu memenuhi harapan pengguna layanan

#### **5.4.4. Pembahasan Dimensi *Tangible***

Berdasarkan hasil analisis *SERVQUAL* pada dimensi *tangible* yang terdiri dari 3 pernyataan, dua diantaranya memperoleh nilai gap negatif. Jika meninjau dengan menggunakan pendekatan *Importance Performance Analysis* dua diantaranya menghasilkan nilai tingkat kesesuaian dibawah 100%. Tiga pernyataan yang dimaksud adalah :

1. Indikator penampilan staff TIC “Penampilan dari staff TIC rapih” memperoleh gap negatif sebesar -0.58 dan tingkat kesesuaian sebesar 81%. Hasil ini menunjukkan bahwa dalam aspek kerapihan, penampilan dari staff TIC masih belum mampu untuk memenuhi harapan para pengguna layanan. Hasil ini didukung oleh pendapat dan keluhan dari salah satu pengguna layanan *Tourism Information Center* yang mengungkapkan bahwa :

“bagi saya kalo penampilan mah ya gitu saja biasa, cuman pengennya sih kalo misalkan mereka pake seragam yang nonjolin karakteristik dari budaya sunda,

*biar menarik terus ga monoton”*

2. Indikator penyediaan materi informasi “Pusat informasi fisik TIC Kota Bandung menyediakan brosur, *booklet*, dan *e-booklet* memperoleh gap negatif sebesar -0.73 dan tingkat kesesuaian 77%. Hasil ini menunjukkan bahwa penyediaan brosur dan materi informasi lainnya masih belum memenuhi harapan para pengguna layanan, hal ini didukung oleh pendapat dan keluhan dari salah satu pengguna layanan *Tourism Information Center* yang mengungkapkan bahwa :

*“Saya kebetulan lagi menginap di hotel dekat paskal, posisinya saya sendiri dan lupa bawa hp saya pengen liat list list tentang wisata kota bandung, biasanya kalo di negara lain suka ada brosur, nah tapi kebetulan waktu saya datang kesana brosur nya kosong ya harapan saya sih meskipun emang udah ada qr buat liat brosur yang non-fisik tetep aja yang fisiknya di cek juga dong masa kosong”*

3. Indikator penyediaan sarana dan prasarana “Pusat Informasi Fisik TIC Kota Bandung menyediakan fasilitas seperti AC, kursi, dan meja bagi wisatawan serta fasilitas yang tersedia cukup untuk menampung wisatawan” memperoleh gap positif sebesar 0.15 dan tingkat kesesuaian sebesar 105%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sarana dan prasarana sudah melebihi harapan para pengguna layanan.

Dari hasil uraian yang sudah dijelaskan maka dapat disimpulkan bahwa indikator pada aspek *tangible* terkait penampilan para staff TIC dan indikator penyediaan materi

informasi harus ditingkatkan kualitasnya dan dibenahi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung sehingga kedua indikator tersebut akan mampu memenuhi harapan para pengguna layanan.

#### 5.4.5. Pembahasan Dimensi *Emphaty*

Berdasarkan hasil analisis *SERVQUAL* pada dimensi *emphaty* yang terdiri dari 2 pernyataan, keduanya memperoleh nilai positif. Untuk Indikator yang mengacu kepada kepedulian staff TIC terhadap kebutuhan wisatawan “Staff TIC peduli terhadap kebutuhan wisatawan” memperoleh nilai gap positif sebesar 0.15 dan tingkat kesesuaian sebesar 105%. Untuk indikator yang mengacu kepada pemberian pelayanan yang aman dan nyaman oleh para staff TIC “Staff TIC memberikan pelayanan yang aman dan nyaman” memperoleh nilai gap positif sebesar 0.11 dan tingkat kesesuaian sebesar 104%. Kedua hasil tersebut menunjukkan bahwa para staff mampu untuk memberikan kesan pelayanan yang aman dan nyaman, serta para staf juga sudah berhasil memahami kebutuhan para wisatawan Kota Bandung, sehingga hasil tersebut juga menunjukkan bahwa kedua indikator tersebut telah melebihi harapan para pengguna layanan. Hasil tersebut juga didukung oleh pendapat dari salah satu pengguna layanan *Tourism Information Center* yang mengungkapkan bahwa :

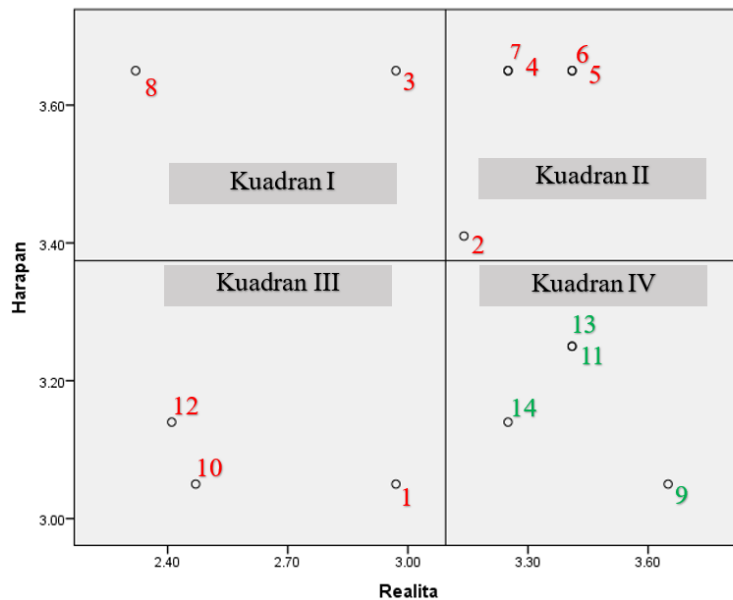
*” Pengalaman saya waktu baru banget landing di husein saya kepengen naik banros, niat saya sih cuman nannya dia jam oprasional nya jam berapa petugasnya baik banget dia mau nganter saya pake motornya ke pool banros”*



Berdasarkan hasil uraian yang sudah dijelaskan maka dapat disimpulkan bahwa indikator pada aspek *emphaty* kedua nya perlu dipertahankan kualitasnya dikarenakan kedua indikator tersebut telah berhasil melebihi harapan para pengguna layanan.

### 5.5 Matrix *Importance Performance Analysis*

Berdasarkan hasil pengukuran dan analisa yang dilakukan indikator-indikator pelayanan akan dikategorikan kedalam empat kuadran sebagaimana terlampir di bawah ini:



Gambar 5. 1 Matrix *Importance Performance Analysis*

Gambar diatas menunjukkan bahwa indikator 3 dan 8 berada di kuadran I yang merupakan hal penting bagi para pengguna layanan namun realitanya tidak sesuai dengan harapan pengguna layanan. Indikator 3 dan 8 yang dimaksud adalah:

Dimensi	No	Indikator	Tingkat Kesesuaian
<i>Reliable</i>	3	Keberadaan media sosial TIC ( <i>Instagram, E-Mail, dan Tik-Tok</i> ) memudahkan wisatawan untuk mengakses informasi destinasi wisata Kota Bandung	81%
<i>Assurance</i>	8	Staff TIC terampil berkomunikasi menggunakan Bahasa Daerah dan Bahasa Indonesia	64%

Tabel 5. 19 Keterangan Indikator Pelayanan Kuadran I

Kuadran II di isi oleh indikator 2, 4, 5, 6, dan 7. Kuadran II merupakan kuadran yang berisikan indikator yang dianggap penting dan sesuai dengan harapan para pengguna layanan. Indikator 2, 4, 5, 6, dan 7 yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Dimensi	No	Indikator	Tingkat Kesesuaian
<i>Reliable</i>	2	Keberadaan TIC Mobile Memudahkan wisatawan untuk mengakses informasi destinasi wisata Kota Bandung	92%
	4	Staff TIC mampu dengan cepat memberikan informasi melalui pusat informasi (Asia	89%

<i>Responsiveness</i>		Afrika, Paskal 23, dan Bandara Husein Sastranegara)	
	5	Staff TIC mampu dengan cepat menjawab pertanyaan pengguna layanan melalui pusat	93%
	6	Staff TIC mampu dengan cepat memberikan informasi melalui media sosial (Instagram, E-mail dan Tik-tok)	93%
	7	Staff TIC mampu dengan cepat menjawab pertanyaan pengguna layanan melalui media sosial (Instagram, E-mail dan Tik-tok)	89%

Tabel 5. 20 Keterangan Indikator Pelayanan Kuadran II

Kuadran III di isi oleh indikator 1, 10, dan 12. Kuadran III berisikan indikator yang performanya tidak begitu penting. Berdasarkan hasil perhitungan indikator 1, 10, dan 12 masih dibawah nilai harapan pengguna layanan. Hal ini merupakan ruang untuk perbaikan akan tetapi harus dilihat dari sisi kebutuhan para pengguna layanan.. Indikator yang 1,10, dan 12 yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Dimensi	No	Indikator	Tingkat Kesesuaian
<i>Reliable</i>	1	Keberadaan TIC di tiga lokasi (Asia Afrika, 23 Paskal, dan Bandara Husein Sastranegara) memudahkan wisatawan untuk mengakses informasi destinasi wisata Kota Bandung	97%
	10	Penampilan dari staff TIC rapih	81%

<i>Tangible</i>	12	Pusat Informasi fisik TIC Kota Bandung (Asia Afrika, 23 Paskal dan Bandara Husein Sastranegara) menyediakan brosur, <i>booklet</i> , dan <i>e-booklet</i> destinasi wisata Kota Bandung	77%
-----------------	----	---	-----

Tabel 5. 21 Keterangan Indikator Pelayanan Kuadran III

Kuadran IV di isi oleh indikator 9, 11, 13, dan 14. Dari hasil pengukuran diperoleh nilai tingkat kesesuaian yang melebihi harapan pengguna layanan. Hal ini dapat dijadikan pertimbangan untuk lebih di optimalkan peformanya, sehingga biaya operasional bisa lebih efisien. Indikator 9, 11, 13, dan 14 yang dimaksud adalah:

Dimensi	No	Indikator	Tingkat Kesesuaian
<i>Assurance</i>	9	Staff TIC memiliki wawasan yang luas mengenai objek wisata kota Bandung sehingga wisatawan memperoleh informasi yang jelas dan mudah dimengerti	120%
<i>Tangible</i>	11	Pusat informasi fisik TIC kota Bandung menyediakan fasilitas seperti penyediaan AC, kursi dan meja bagi wisatawan serta fasilitas yang tersedia cukup untuk menampung wisatawan	105%
<i>Emphaty</i>	13	Staff TIC memberikan pelayanan yang aman dan nyaman	105%
	14	Staff TIC Peduli terhadap kebutuhan wisatawan	104%

Tabel 5. 22 Keterangan Indikator Pelayanan Kuadran IV

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan Analisa yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Ditinjau dengan pendekatan *SERVQUAL* jika ditinjau secara keseluruhan pelayanan *Tourism Information Center* Kota Bandung masih belum memenuhi harapan para pengguna layanan dikarenakan hasil gap yang diperoleh adalah sebesar 0.28. Jika melihat berdasarkan dimensi maka dibutuhkan peningkatan kualitas dan perbaikan pada dimensi berikut :
  - a) *Reliable* dan *Responsiveness* dibutuhkan peningkatan kualitas pelayanan dan perbaikan dikarenakan seluruh indikator didalam kedua dimensi tersebut menghasilkan nilai negatif
  - b) *Assurance* : dibutuhkan peningkatan kualitas dan perbaikan dikarenakan 1 dari 2 indikator didalam dimensi ini menghasilkan gap negatif
  - c) *Tangible* : dibutuhkan peningkatan kualitas dan perbaikan dikarenakan 2 dari 3 indikator didalam dimensi ini menghasilkan gap negatif
2. Ditinjau dengan pendekatan *Importance Performance Analysis* , dibutuhkan

peningkatan kualitas pada indikator yang masuk kedalam area kuadran I,II, dan III. Jika melihat berdasarkan dimensi maka dibutuhkan peningkatan kualitas dan perbaikan pada dimensi berikut :

- a) *Reliable* dan *Responsiveness* dibutuhkan peningkatan kualitas pelayanan dan perbaikan dikarenakan seluruh indikator didalam kedua dimensi tersebut menghasilkan tingkat kesesuaian dibawah 100%
- b) *Assurance* : dibutuhkan peningkatan kualitas dan perbaikan dikarenakan 1 dari 2 indikator didalam dimensi ini menghasilkan tingkat kesesuaian dibawah 100%
- c) *Tangible* : dibutuhkan peningkatan kualitas dan perbaikan dikarenakan 2 dari 3 indikator didalam dimensi ini menghasilkan tingkat kesesuaian dibawah 100%

## **6.2. Saran Perbaikan**

Berdasarkan Uraian dan analisa yang dilakukan pada bab 5 maka saran perbaikan berdasarkan masing-masing kuadran sebagai berikut:

No	Indikator	Tingkat Kesesuaian	Saran Perbaikan ( <i>Improvement</i> )
3	Keberadaan media sosial TIC ( <i>Instagram, E-Mail, dan Tik-Tok</i> ) memudahkan wisatawan untuk mengakses informasi destinasi wisata Kota Bandung	81%	a. Membuat Aplikasi yang memuat informasi dan promosi mengenai destinasi wisata kota Bandung b. Sosialisai Aplikasi
8	Staff TIC terampil berkomunikasi menggunakan Bahasa Daerah dan Bahasa Indonesia	64%	a. Pengembangan Sumber daya Manusia dalam bidang komunikasi interpersonal ( <i>Interpersonal Skill</i> )

Tabel 6. 1 Usulan Perbaikan Kuadran I

No	Indikator	Tingkat Kesesuaian	Saran Perbaikan ( <i>Improvement</i> )
2	Keberadaan TIC Mobile Memudahkan wisatawan untuk mengakses informasi destinasi wisata Kota Bandung	92%	a. Penyediaan Transportasi b. Lebih aktif dalam pendistribusian informasi melalui brosur dan secara verbal
4	Staff TIC mampu dengan cepat memberikan informasi melalui pusat informasi (Asia	89%	a. Perlu dilakukan studi terhadap <i>Job Loading Analysis</i> kepada 6

	Afrika, Paskal 23, dan Bandara Husein Sastranegara)		<p>orang staff TIC dan 3 konten kreator untuk mengetahui beban kerja mereka</p> <p>b. Dengan diimplementasikannya aplikasi terpadu yang memuat informasi mengenai destinasi wisata (usulan perbaikan kuadran I no 3 poin a), maka secara <i>job loading</i> akan sangat terbantu</p>
7	Staff TIC mampu dengan cepat menjawab pertanyaan pengguna layanan melalui media sosial (Instagram, E-mail dan Tik-tok)	89%	
5	Staff TIC mampu dengan cepat menjawab pertanyaan pengguna layanan melalui pusat informasi (Asia Afrika, Paskal 23, dan Bandara Husein Sastranegara)	93%	
6	Staff TIC mampu dengan cepat memberikan informasi melalui media sosial (Instagram, E-mail dan Tik-tok)	93%	

Tabel 6. 2 Usulan Perbaikan Kuadran II

No	Indikator	Tingkat Kesesuaian	Saran Perbaikan ( <i>Improvement</i> )
1	Keberadaan TIC di tiga lokasi (Asia Afrika, 23 Paskal, dan Bandara Husein Sastranegara) memudahkan wisatawan untuk mengakses informasi	97%	a. Memberikan training inovasi kepada konten kreator untuk membuat konten-konten yang inovatif mengenai pariwisata di kota



	destinasi wisata Kota Bandung		Bandung (tidak berdasarkan skill individual)
12	Pusat Informasi fisik TIC Kota Bandung (Asia Afrika, 23 Paskal dan Bandara Husein Sastranegara) menyediakan brosur, <i>booklet</i> , dan <i>e-booklet</i> destinasi wisata Kota Bandung	77%	a. Pengecekan kembali terhadap ketersediaan fisik brosur dan <i>booklet</i>
10	Penampilan dari staff TIC rapih	81%	a. Menggunakan seragam budaya sunda pada hari tertentu

Tabel 6. 3 Usulan Perbaikan Kuadran III

No	Indikator	Tingkat Kesesuaian	Saran Perbaikan ( <i>Improvement</i> )
9	Staff TIC memiliki wawasan yang luas mengenai objek wisata kota Bandung sehingga wisatawan memperoleh informasi yang jelas dan mudah dimengerti	<u>120%</u>	a. Mengoptimalkan peforma pelayanan dengan mengevaluasi kembali setiap kinerja indikator agar sesuai dengan nilai harapan (tidak terlalu berlebihan) sehingga biaya operasional bisa di minimalisir untuk digunakan kepada
11	Pusat informasi fisik TIC kota Bandung menyediakan fasilitas seperti penyediaan	<u>105%</u>	

	AC, kursi dan meja bagi wisatawan serta fasilitas yang tersedia cukup untuk menampung wisatawan		indikator-indikator yang lain
13	Staff TIC memberikan pelayanan yang aman dan nyaman	<u>105%</u>	
14	Staff TIC Peduli terhadap kebutuhan wisatawan	<u>104%</u>	

Tabel 6. 4 Usulan Perbaikan Kuadran IV

## DAFTAR PUSTAKA

- Keller, Gerald. *Statistics For Management and Economics Eleventh Edition*. USA: Cengage Learning, 2018.
- Nasution, Nur. *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management Edisi Ke -3*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2015.
- Parasuraman, A. *Service Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm Seventh Edition*. New York: McGraw Hill, Inc, 2018.
- Saifuddin, Azwar. *Sikap dan Perilaku Dalam: Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.
- Silalahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Refika Aditama, 2017.
- Silalahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial, Cetakan Ketiga*. Bandung: PT Refika Aditama, 2012.
- Silalahi, Ulber. *Metodologi Analisis Data dan Interpretasi Hasil Untuk Penelitian Sosial Kuantitatif Cetakan Kesatu*. Bandung: PT Refika Aditama, 2018

### Journal

- Abalo, Javier, et.al. *Importance value for Importance-Performance Analysis : A Formula for spreading out values derived from preference rankings*. Business Research, Vol 60, 2007.
- Sever, Ivan. *Importance Performance Analysis: A Valid Management Tool?*. Tourism Management, Vol 48, 2014.

### Dokumen Resmi

- Badan Pusat Statistik. 2021. *Perkiraan Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kota Bandung Berdasarkan Pintu Masuk Kota Bandung* (online). Diakses melalui (<https://bandungkota.bps.go.id/indicator/16/622/1/perkiraan-jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-kota-bandung-berdasarkan-pintu-masuk-kota-bandung.html>)
- Badan Pusat Statistik. 2023. *Pertumbuhan Ekonomi Kota Bandung Tahun 2022* (online). Diakses melalui

<https://bandungkota.bps.go.id/pressrelease/2023/02/28/1077/pertumbuhan-ekonomi-kota-bandung-tahun-2022.html>)

Keputusan Menteri Pendayagunaan Nomor 63 Tahun 2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik

### **E -Journal**

Ali, Alil Mona, et.al. 2022. *Service Quality in Public Service's: A Study of Public Service in Urban Egypt* (online). Diakses melalui ([https://www.researchgate.net/publication/357736745\\_Service\\_quality\\_in\\_public\\_services\\_A\\_study\\_of\\_the\\_public\\_services\\_in\\_urban\\_Egypt](https://www.researchgate.net/publication/357736745_Service_quality_in_public_services_A_study_of_the_public_services_in_urban_Egypt))

Hamdani, Deni. 2019. *Application Importance Performance Analysis In Assesing The Quality of Education Service's In West Java Province* (online). Vol 4, No 2, Diakses melalui (<https://jurnal.unpad.ac.id/adbispreneur/article/view/22553/12369>)

Haumetan, R Erfida et.al. 2022. *Implementation of the Importance Performance Analysis Method in Measuring the Level of Community Satisfaction with Service Performance* (online). Vol 2, No 1, Diakses Melalui (<https://ioinformatic.org/index.php/JAIEA/article/view/112/128>)

Himsar, Silalaban. *Pelayanan Publik di Era Reformasi* (online). Diakses melalui ([https://www.academia.edu/37600491/BUKU\\_PELAYANAN\\_PUBLIK\\_pdf](https://www.academia.edu/37600491/BUKU_PELAYANAN_PUBLIK_pdf))

Naidoo, Perunjodi, et.al. 2010. *Service Quality in The Public Sector* (online). Vol 3, No 1. Diakses melalui ([https://www.academia.edu/34223721/SERVICE\\_QUALITY\\_IN\\_THE\\_PUBLIC\\_SERVICE](https://www.academia.edu/34223721/SERVICE_QUALITY_IN_THE_PUBLIC_SERVICE))

Parasuraman, A, et.al. 1985. *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research* (online). Vol 49, Issue 4. Diakses melalui ([https://www.researchgate.net/publication/225083670\\_A\\_Conceptual\\_Model\\_of\\_Service\\_Quality\\_and\\_its\\_Implication\\_for\\_Future\\_Research\\_SERVQUAL](https://www.researchgate.net/publication/225083670_A_Conceptual_Model_of_Service_Quality_and_its_Implication_for_Future_Research_SERVQUAL))

Parasuraman, A, et.al. 1998. *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perception of Service Quality* (online). Vol 64, No 1. Diakses melalui ([https://www.researchgate.net/publication/200827786\\_SERVQUAL\\_A\\_Multiple\\_item\\_Scale\\_for\\_Measuring\\_Consumer\\_Perceptions\\_of\\_Service\\_Quality](https://www.researchgate.net/publication/200827786_SERVQUAL_A_Multiple_item_Scale_for_Measuring_Consumer_Perceptions_of_Service_Quality))