

TINGKAT KEPUASAN WISATAWAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN TOKYO TOWER MELALUI METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS

Rizka Amanda Putri Matruty^{1*}, Meizar Rusli¹

¹Program Studi S-1 Pariwisata, Universitas Pancasila, Jakarta

*Email Corresponding rizka.amanda63@gmail.com

ABSTRAK

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan tingkat kepuasan wisatawan di destinasi wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan Tokyo Tower berdasarkan dimensi SERVQUAL menggunakan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA). Dimensi SERVQUAL yang digunakan meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 60 wisatawan yang pernah berkunjung ke Tokyo Tower. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Data dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, serta metode IPA untuk memetakan atribut pelayanan ke dalam empat kuadran prioritas perbaikan. Hasil penelitian diharapkan dapat menunjukkan atribut pelayanan yang perlu diprioritaskan untuk ditingkatkan, dipertahankan, atau dikurangi berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja yang dirasakan wisatawan. Temuan penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola Tokyo Tower dalam meningkatkan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan wisatawan.

Kata kunci: Importance performance analysis; kepuasan wisatawan; kualitas pelayanan; Tokyo Tower

ABSTRACT

Service quality is an important factor in determining tourist satisfaction at tourist destinations. This study aims to determine the level of tourist satisfaction with the service quality of Tokyo Tower, based on the SERVQUAL dimensions, using the *Importance-Performance Analysis* (IPA) method. The SERVQUAL dimensions used include *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, and *empathy*. This study employed a descriptive quantitative approach, with data collected through questionnaires distributed to 60 tourists who had visited Tokyo Tower. The sampling technique used was *accidental sampling*. Data were analyzed using validity and reliability tests, and IPA to map service attributes into four improvement-priority quadrants. The results are expected to identify service attributes that should be prioritized for improvement, maintained, or reduced based on tourists' perceptions of importance and performance. The findings can serve as an evaluation tool for Tokyo Tower management to improve service quality and enhance tourist satisfaction.

Keywords: Importance performance analysis; service quality; Tokyo Tower; tourist satisfaction

History Article

Submitted 3 June 2026 | Revised 10 June 2026 | Accepted 29 June 2026

License and Copyright

Attribution-NonCommercial-ShareAlike
International CC BY-NC-SA 4.0

4.0



Website

<https://journal.bukitpengharapan.ac.id/index.php/JUPARITA/index>

Email

juparita@bukitpengharapan.ac.id

1. PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam meningkatkan perekonomian suatu negara. Selain berkontribusi terhadap devisa, sektor pariwisata juga mampu menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan berbagai sektor pendukung lainnya. Perkembangan teknologi informasi turut memengaruhi perilaku wisatawan dalam mencari informasi, memilih destinasi, dan mengevaluasi pengalaman wisata. Kondisi tersebut menyebabkan ekspektasi wisatawan terhadap kualitas pelayanan destinasi wisata semakin meningkat (Buhalis & Law, 2008). Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan wisatawan. Wisatawan tidak hanya mempertimbangkan daya tarik suatu destinasi, tetapi juga pelayanan yang diterima selama berkunjung. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan, membangun citra positif destinasi, serta mendorong kunjungan ulang. Sebaliknya, pelayanan yang kurang optimal dapat menimbulkan ketidakpuasan dan berdampak pada penilaian negatif terhadap destinasi wisata (Kotler & Keller, 2010).

Jepang merupakan salah satu negara tujuan wisata internasional dengan perkembangan pariwisata yang pesat. Salah satu destinasi ikonik di Jepang adalah Tokyo Tower yang menjadi *landmark* sekaligus daya tarik wisata di Kota Tokyo. Tokyo Tower menawarkan pemandangan kota dari ketinggian serta berbagai fasilitas pendukung yang menarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Tingginya minat wisatawan dapat dilihat dari jumlah kunjungan yang terus meningkat pascapandemi.

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Wisatawan Tokyo Tower 2019-2024

Tahun	Jumlah Pengunjung
2019	2.345.000
2020	1.120.000
2021	890.000
2022	1.780.000
2023	2.680.000
2024	2.900.000

Sumber: Tokyo Tower *Visitor Statistic* (2026)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2020–2021 akibat pandemi COVID-19. Namun, pada tahun-tahun berikutnya jumlah kunjungan mulai meningkat kembali hingga tahun 2024. Peningkatan jumlah kunjungan ini menunjukkan bahwa Tokyo Tower tetap menjadi destinasi wisata yang diminati, sehingga menuntut pengelola untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan guna memberikan pengalaman yang memuaskan bagi para pengunjung.

Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan diukur menggunakan model SERVQUAL (Parasuraman et al., 1998) yang terdiri dari lima dimensi utama. Metode ini banyak digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dengan membandingkan persepsi pelanggan terhadap harapan pelanggan (Fandy Tjiptono, 2019). Selain itu, metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) yang diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) juga banyak digunakan dalam penelitian pariwisata untuk meningkatkan kepuasan wisatawan. Metode ini membandingkan tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) sehingga dapat diketahui atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian oleh Lestari dan Wahyuni (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan serta bahwa metode IPA efektif untuk mengidentifikasi atribut pelayanan yang perlu ditingkatkan. Selain itu, penelitian oleh Pratama et al. (2022) juga menyatakan bahwa dimensi SERVQUAL berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pengunjung destinasi wisata. Meskipun Tokyo Tower merupakan salah satu destinasi wisata ikonik dengan tingkat kunjungan tinggi, kajian empiris yang secara khusus mengkaji kualitas pelayanan dari perspektif wisatawan masih relatif terbatas.

Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada destinasi wisata secara umum, tanpa mengkaji secara spesifik atribut pelayanan pada objek wisata tertentu seperti Tokyo Tower. Selain itu, penelitian yang mengombinasikan pendekatan SERVQUAL dengan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) untuk meningkatkan kepuasan wisatawan juga masih belum banyak dilakukan, khususnya dalam konteks destinasi wisata internasional. Padahal,

kombinasi kedua metode ini dinilai mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kesenjangan antara harapan dan kinerja pelayanan serta menentukan prioritas perbaikan secara lebih strategis.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini didukung oleh beberapa konsep dan teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepuasan wisatawan, serta metode *Importance-Performance Analysis* (IPA). Teori-teori tersebut digunakan sebagai landasan untuk menganalisis tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan di Tokyo Tower.

2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam industri jasa, khususnya sektor pariwisata, karena berperan dalam membentuk kepuasan dan loyalitas wisatawan. Gaspersz (2005) menjelaskan bahwa kualitas merupakan karakteristik suatu produk atau jasa yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Dalam konteks pariwisata, kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan wisatawan, tetapi juga dengan penciptaan pengalaman yang berkesan sehingga mendorong niat untuk berkunjung kembali. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan wisatawan dalam menikmati pengalaman berwisata. Binawa et al. (2023) menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan, serta bahwa peningkatan kualitas pelayanan dapat menjadi strategi penting untuk meningkatkan kepuasan wisatawan. Dengan demikian, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai kemampuan penyedia jasa dalam memberikan layanan sesuai dengan harapan wisatawan sehingga mampu menciptakan kepuasan selama berkunjung.

Untuk mengukur kualitas pelayanan, penelitian ini menggunakan model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry sebagaimana dikutip dalam Tjiptono (2012). Model ini terdiri atas lima dimensi, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Kelima dimensi tersebut digunakan untuk menilai kualitas pelayanan berdasarkan persepsi wisatawan terhadap pelayanan yang diterima.

2.2 Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan merupakan indikator penting dalam keberhasilan suatu destinasi wisata. Penelitian Pebrianti et al. (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Selain itu, penggunaan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) terbukti mampu mengidentifikasi atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan guna meningkatkan kepuasan wisatawan (Stankov et al., 2024). Wisatawan yang merasa puas cenderung memberikan penilaian positif, merekomendasikan destinasi kepada orang lain, serta memiliki keinginan untuk melakukan kunjungan ulang (Anugrah et al., 2022). Oleh karena itu, kepuasan wisatawan menjadi salah satu indikator penting untuk menilai keberhasilan pengelolaan destinasi wisata.

Pengalaman wisata yang didapatkan pengunjung dapat membentuk tingkat kepuasan wisatawan. Mengukur kepuasan wisatawan merupakan prasyarat untuk pengembangan strategi yang mengarah pada peningkatan *attractiveness* destinasi dan *competitive positioning* (Nasir et al, 2020). Demikian pula, kepuasan wisatawan dapat didefinisikan sebagai keadaan preferensi psikologis dan rasa senang terhadap produk pariwisata. Kepuasan pengunjung bergantung pada harapan wisatawan tentang pelayanan yang diterima (Masinambow et al., 2021).

2.3 Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan metode yang diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) untuk mengukur tingkat kepuasan melalui perbandingan antara tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) suatu atribut pelayanan. Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi atribut pelayanan yang perlu dipertahankan maupun ditingkatkan melalui pemetaan pada diagram Kartesius. Penggunaan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) masih relevan dalam penelitian pariwisata karena mampu mengidentifikasi atribut pelayanan yang perlu diprioritaskan berdasarkan tingkat kepentingan dan

kinerja yang dirasakan wisatawan. Penelitian Supraba et al. (2024) menunjukkan bahwa IPA efektif digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan destinasi wisata melalui pemetaan atribut ke dalam empat kuadran prioritas. Selain itu, Stankov et al. (2024) menyatakan bahwa hasil pemetaan IPA dapat menjadi dasar penyusunan strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan. Dalam pendekatan ini, konsep kesenjangan (gap) menjadi dasar untuk menilai kepuasan, yaitu ketika persepsi pengunjung terhadap kualitas pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan tingkat layanan yang diharapkan. Perbedaan antara harapan dan kinerja tersebut menentukan tingkat kepuasan pengunjung, di mana kinerja yang mampu memenuhi atau melampaui harapan akan menimbulkan rasa sangat puas, sedangkan kinerja yang berada di bawah ekspektasi akan menimbulkan kekecewaan (Shia et al., 2016).

3. METODE

Penelitian ini dilakukan pada Januari–Februari 2026 di Tokyo Tower, Jepang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan sumber data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan 60 responden yang diperoleh melalui teknik *accidental sampling*. Jumlah sampel tersebut dianggap memadai untuk penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) karena tujuan penelitian adalah mengidentifikasi atribut pelayanan berdasarkan persepsi wisatawan. Menurut Sugiyono (2018), ukuran sampel antara 30–500 responden dinilai layak digunakan dalam penelitian sosial. Selain itu, jumlah 60 responden telah memenuhi kebutuhan analisis validitas, reliabilitas, dan pemetaan atribut pada diagram Kartesius IPA, sehingga dianggap cukup untuk menggambarkan kualitas pelayanan Tokyo Tower berdasarkan persepsi responden yang diteliti. Instrumen penelitian disusun berdasarkan persepsi responden yang diteliti. Instrumen disusun berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, yang kemudian dioperasionalkan menjadi 17 atribut pelayanan sebagaimana disajikan pada Tabel 3.1. Setiap atribut diukur menggunakan dua aspek, yaitu tingkat kinerja (*performance*) dan tingkat kepentingan (*importance*), dengan skala Likert 1-5. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, serta analisis metode *Importance-Performance Analysis* (IPA).

Tabel 3.1 Definisi Operasional Atribut

Variabel	Dimensi	Kode	Indikator (Definisi Operasional)	Skala	Sumber
Kualitas Pelayanan	Tangible	P6	Petunjuk arah di dalam Tokyo Tower jelas dan mudah diikuti	Likert 1-5	Kuesioner
		P7	Papan informasi mudah dibaca dan informatif	Likert 1-5	Kuesioner
		P8	Kebersihan fasilitas Tokyo Tower terjaga dengan baik	Likert 1-5	Kuesioner
		P9	Fasilitas umum seperti toilet bersih dan nyaman	Likert 1-5	Kuesioner
		P10	Dek observasi memberikan pengalaman yang menyenangkan	Likert 1-5	Kuesioner
		P11	Pemandangan dari Tokyo Tower sesuai dengan harapan	Likert 1-5	Kuesioner
		P15	Toko suvenir menawarkan produk yang menarik	Likert 1-5	Kuesioner
		P16	Fasilitas makanan dan minuman memuaskan	Likert 1-5	Kuesioner
	Reliability	P4	Prosedur pembelian tiket jelas dan mudah dipahami	Likert 1-5	Kuesioner
		P5	Waktu antrean masuk Tokyo Tower masih wajar	Likert 1-5	Kuesioner
		P17	Secara keseluruhan, pelayanan di Tokyo Tower memuaskan	Likert 1-5	Kuesioner
	Responsiveness	P2	Staf merespons permintaan atau pertanyaan pengunjung dengan cepat	Likert 1-5	Kuesioner
		P3	Staf bersikap sopan dan ramah kepada pengunjung	Likert 1-5	Kuesioner
	Assurance	P12	Keamanan dan keselamatan di Tokyo Tower dikelola dengan baik	Likert 1-5	Kuesioner
		P13	Staf mampu berkomunikasi dengan baik dalam bahasa Inggris	Likert 1-5	Kuesioner
		P14	Informasi wisata tersedia dalam bahasa asing	Likert 1-5	Kuesioner

Sumber : Peneliti (2026)

Uji Validitas dilakukan menggunakan rumus Kolerasi *Product Moment*:

$$r = \frac{n(\Sigma xy) - (\Sigma x)(\Sigma Y)}{\sqrt{[n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2] [n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

x = Skor tiap item pertanyaan

y = Skor total

n = Jumlah responden

Dalam penelitian ini, variabel yang diukur adalah tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan Tokyo Tower dengan mengacu pada dimensi SERVQUAL. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2018).

Uji Reliabilitas dilakukan menggunakan rumus Cronbach Alpha :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\Sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan:

r₁₁ = Koefisien reliabilitas instrumen

k = Jumlah item pertanyaan

Σσ²b = Jumlah varians butir

σ²t = Varians total

Instrumen dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan secara berulang (Sugiyono, 2018).

Selanjutnya, analisis data menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan Langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menentukan tingkat kesesuaian antara kinerja dan kepentingan kualitas pelayanan dengan membandingkan nilai kinerja dan nilai kepentingan menggunakan rumus : $Tki =$

$$\frac{Xi}{kYi} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki = Tingkat Kesesuaian

Xi = Skor Penilaian Kinerja

Yi = Skor Penilaian Kepentingan

2. Menghitung nilai rata-rata Tingkat kinerja dan Tingkat kepentingan untuk setiap atribut dengan rumus :

$$Xi = \frac{\Sigma}{n}$$

$$Yi = \frac{\Sigma Yi}{n}$$

Keterangan :

Xi = Nilai rata-rata kinerja

Yi = Nilai rata-rata kepentingan N = Jumlah responden

3. Menghitung nilai rata-rata seluruh atribut kinerja dan kepentingan yang akan dijadikan diagram kartesius dengan rumus:

$$X = \frac{Xi}{k}$$

$$Y = \frac{\Sigma Yi}{k}$$

Keterangan :

X = Rata-rata nilai seluruh atribut kerja

Y = rata-rata nilai seluruh atribut kepentingan; K = jumlah atribut yang digunakan.

3. Mengelompokkan atribut pelayanan berdasarkan tingkat kinerja dan kepentingan ke dalam empat kuadran berikut ;



Gambar 3.1 Diagram Kartesius IPA

Sumber: Wardhana (2024)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Tokyo Tower

Tokyo Tower merupakan salah satu *landmark* ikonik di Jepang yang dibangun pada tahun 1957 dan resmi dibuka pada 23 Desember 1958. Menara ini memiliki ketinggian 333 meter dan, pada saat pembangunannya, merupakan menara baja mandiri tertinggi di dunia. Tokyo Tower dibangun sebagai menara penyiar radio, TV dan FM untuk wilayah *Kanto*, sekaligus menjadi simbol kebangkitan ekonomi Jepang pasca Perang Dunia II.

Seiring perkembangannya, Tokyo Tower kini menjadi salah satu destinasi wisata paling populer di Tokyo. Menara ini memiliki tiga tingkatan utama, yaitu *Foot Town* yang merupakan area dasar yang dilengkapi loket tiket, kafe, restoran, dan toko suvenir; *Main Deck* yang berada di ketinggian 150 meter dengan lantai kaca transparan (*glass floor*); serta *Top Deck* yang berada di ketinggian 250 meter dengan desain interior modern dan panorama kota Tokyo yang lebih luas. Tokyo Tower dikelola oleh *Nippon Television City Corporation* dan hingga saat ini telah menerima jutaan pengunjung setiap tahun.

4.2 Karakteristik Responden

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Kewarganegaraan

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
Jepang	32 orang	53,3%
Turis Mancanegara	28 orang	46,7%
Total Respondents	60 orang	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.1 mengenai karakteristik responden berdasarkan kewarganegaraan, dapat diketahui bahwa responden berkewarganegaraan Jepang berjumlah 32 orang atau sebesar 53,3%, sedangkan responden turis mancanegara berjumlah 28 orang atau sebesar 46,7%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini merupakan wisatawan berkebangsaan Jepang.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
Laki-Laki	27 orang	45%
Perempuan	33 orang	55%
Total Responden	60 orang	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.2 mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, dapat diketahui bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 27 orang atau sebesar 45%, sedangkan responden perempuan sebanyak 33 orang atau sebesar 55%. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
< 20 tahun	5 orang	8,3%

20-29 tahun	50 orang	83,3%
30-39 tahun	3 orang	5%
> 40 tahun	2 orang	3,3%
Total Responden	60 orang	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.3 mengenai karakteristik responden berdasarkan usia, dapat diketahui bahwa responden berusia 20-29 tahun mendominasi penelitian ini sebanyak 50 orang atau sebesar 83,3%. Selanjutnya, responden berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 5 orang atau sebesar 8,3%, responden berusia 30-39 tahun sebanyak 3 orang atau sebesar 5%, dan responden berusia di atas 40 tahun sebanyak 2 orang atau sebesar 3,3%.

4.3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.3.1 Hasil Uji Validitas

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kinerja Pelayanan

Kinerja			
Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1	0.635	0,2542	Valid
X2	0.685	0,2542	Valid
X3	0.624	0,2542	Valid
X4	0.628	0,2542	Valid
X5	0.766	0,2542	Valid
X6	0.752	0,2542	Valid
X7	0.745	0,2542	Valid
X8	0.617	0,2542	Valid
X9	0.652	0,2542	Valid
X10	0.626	0,2542	Valid
X11	0.563	0,2542	Valid
X12	0.570	0,2542	Valid
X13	0.538	0,2542	Valid
X14	0.608	0,2542	Valid
X15	0.813	0,2542	Valid
X16	0.757	0,2542	Valid
X17	0.716	0,2542	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti (2026)

Hasil pada Tabel 4.4 menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel kinerja (*performance*) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel, yaitu 0,2542. Dengan demikian, seluruh item pertanyaan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kepentingan Pelayanan

Kepentingan			
Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y1	0.594	0,2542	Valid
Y2	0.710	0,2542	Valid
Y3	0.648	0,2542	Valid
Y4	0.588	0,2542	Valid
Y5	0.533	0,2542	Valid
Y6	0.650	0,2542	Valid
Y7	0.701	0,2542	Valid
Y8	0.730	0,2542	Valid
Y9	0.570	0,2542	Valid
Y10	0.602	0,2542	Valid
Y11	0.683	0,2542	Valid
Y12	0.744	0,2542	Valid
Y13	0.495	0,2542	Valid
Y14	0.531	0,2542	Valid
Y15	0.652	0,2542	Valid
Y16	0.717	0,2542	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti (2026).

Hasil Tabel 4.5 menunjukkan bahwa validitas pada variabel kepentingan pelayanan (*importance*) menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada Y1 sampai Y17 memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0,2542. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada variabel kepentingan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Kinerja Pelayanan

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
Kinerja	0,920	0.6	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti (2026).

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.6, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.920. Nilai tersebut lebih besar dari standar reliabilitas, yaitu 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel kinerja pelayanan dinyatakan reliabel.

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan Pelayanan

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
Kepentingan	0,909	0.6	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti (2026).

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.7, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.909. Nilai tersebut lebih besar dari standar reliabilitas, yaitu 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel kepentingan pelayanan dinyatakan reliabel.

4.4 Importance Performance Analysis

4.4.1 Hasil Analisis Tingkat Kesesuaian Kinerja dan kepentingan

Tabel 4.8 Hasil Analisis Tingkat Kesesuaian Kinerja dan Kepentingan

Atribut	Skor Kinerja (Xi)	Skor Kepentingan (Yi)	Tingkat Kesesuaian (Tki)
1	259	261	99,23
2	261	262	99,62
3	268	264	101,52
4	262	261	100,38
5	260	262	99,24
6	261	273	95,60
7	268	263	101,90
8	274	264	103,79
9	261	278	93,88
10	269	270	99,63
11	270	277	97,47
12	269	265	101,51
13	253	264	95,83
14	263	272	96,69
15	269	275	97,82
16	273	269	101,49
17	269	278	96,76
Rata-Rata			96,63

Sumber : Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesesuaian antara kinerja dan kepentingan, diperoleh rata-rata skor kinerja sebesar 265,18, rata-rata skor kepentingan sebesar 268,82, dan rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 96,63%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara umum kualitas

pelayanan di Tokyo Tower telah mampu memenuhi harapan wisatawan dan berada pada kategori baik.

4.4.2. Hasil analisis Nilai Rata-Rata Kinerja dan Kepentingan

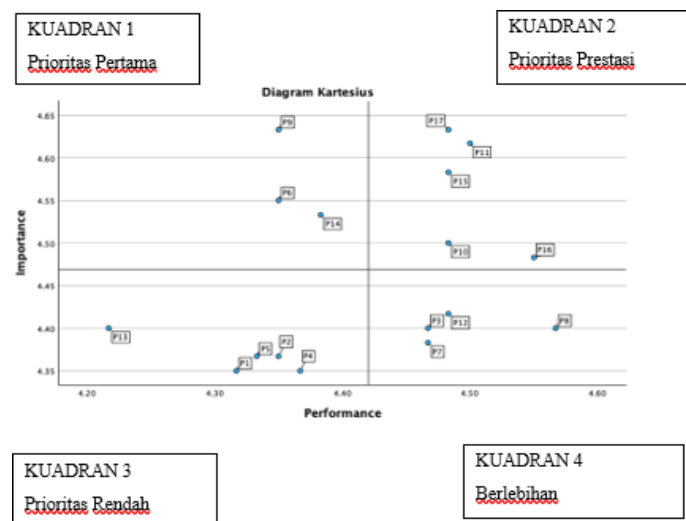
Tabel 4.9 Hasil Analisis Nilai Rata-Rata Kinerja dan Kepentingan

Atribut	Kinerja (Xi)	Kepentingan Yi)
1	4,317	4,350
2	4,350	4,367
3	4,467	4,400
4	4,367	4,350
5	4,333	4,367
6	4,350	4,550
7	4,467	4,383
8	4,567	4,400
9	4,350	4,633
10	4,483	4,500
11	4,500	4,617
12	4,483	4,417
13	4,217	4,400
14	4,383	4,533
15	4,483	4,583
16	4,550	4,483
17	4,483	4,633
Rata-Rata	4,424	4,479

Sumber : Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.9, diperoleh nilai mean kinerja (performance) sebesar 4,424 dan nilai mean kepentingan (importance) sebesar 4,479. Nilai mean tersebut digunakan sebagai titik potong pada diagram Kartesius *Importance-Performance Analysis* (IPA) untuk menentukan posisi masing-masing atribut pada keempat kuadran.

4.4.3 Diagram Kartesius IPA



Gambar 4.1 Hasil Analisis Diagram Kartesius IPA

Sumber : Hasil Pengolahan Data oleh Peneliti (2026)

1. Kuadran 1 (Sebelah kiri atas) – Prioritas Utama
 Kuadran ini menunjukkan indikator dengan tingkat kepentingan (*importance*) tinggi, namun tingkat kinerja (*performance*) masih relatif rendah, sehingga menjadi prioritas utama untuk diperbaiki. Berdasarkan diagram Kartesius, indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah P6, P9, dan P14. Hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap indikator-indikator tersebut sangat penting, tetapi pelaksanaannya belum optimal sehingga perlu mendapat perhatian dan peningkatan kualitas yang lebih serius.

2. Kuadran 2 (Sebelah kanan atas) – Pertahankan Prestasi
Kuadran ini berisi indikator dengan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang sama-sama tinggi. Indikator yang termasuk dalam kuadran ini yaitu P10, P11, P15, P16, dan P17. Artinya, indikator-indikator tersebut telah menunjukkan kinerja yang baik dan mampu memenuhi harapan responden. Oleh karena itu, kualitas pelayanan atau pelaksanaan pada indikator tersebut perlu dipertahankan agar tetap konsisten.
3. Kuadran 3 (Sebelah kiri bawah) – Prioritas Rendah
Kuadran ini menunjukkan indikator dengan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang sama-sama rendah. Berdasarkan diagram Kartesius, indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah P1, P2, P4, P5, dan P13. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut belum menjadi prioritas utama bagi responden, sehingga peningkatannya dapat dilakukan secara bertahap dan tidak menjadi fokus utama dalam waktu dekat.
4. Kuadran 4 (Sebelah kanan bawah) – Berlebihan
Kuadran ini berisi indikator dengan tingkat kinerja yang relatif tinggi, tetapi tingkat kepentingannya lebih rendah. Indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah P3, P7, P8, dan P12. Artinya, indikator-indikator tersebut sudah memiliki performa yang cukup baik, namun tingkat kepentingannya menurut responden tidak terlalu tinggi. Oleh sebab itu, alokasi sumber daya pada indikator tersebut dapat dipertimbangkan kembali agar lebih difokuskan pada indikator yang berada di Kuadran 1.

Berdasarkan hasil analisis *Importance-Performance Analysis* (IPA), fokus utama perbaikan perlu diarahkan pada indikator yang berada pada Kuadran 1, yaitu P6, P9, dan P14 karena memiliki tingkat kepentingan tinggi, namun tingkat kinerjanya masih belum optimal. Sementara itu, indikator pada Kuadran 2 seperti P10, P11, P15, P16, dan P17 perlu dipertahankan karena telah mampu memenuhi harapan responden dengan baik. Indikator pada Kuadran 3 dan Kuadran 4 tidak menjadi prioritas utama dalam peningkatan kinerja, sehingga pengalokasian sumber daya dapat lebih difokuskan pada indikator yang benar-benar dianggap penting oleh responden.

5. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Tokyo Tower berada pada kategori baik berdasarkan analisis *Importance-Performance Analysis* (IPA), di mana sebagian besar atribut pelayanan telah memenuhi harapan wisatawan. Namun, masih terdapat beberapa atribut yang perlu menjadi prioritas perbaikan guna meningkatkan kepuasan wisatawan. Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu jumlah responden yang hanya 60 orang serta penggunaan metode IPA yang hanya berfokus pada analisis tingkat kepentingan dan kinerja pelayanan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan jumlah responden yang lebih besar serta metode analisis yang lebih komprehensif agar diperoleh hasil yang lebih representatif.

6. REFERENSI

- Anam, K., Wirawan, N. H., Kalista, A., & Anggraini, S. D. (2022). Analisis kepuasan pengunjung terhadap kualitas pelayanan dengan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). *Industrial Management and Engineering Journal*, 1(1), 1–13.
- Anugrah, A. M., Antara, M., & Mahendra, M. S. (2022). Pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan. *Jurnal Kepariwisata*, 6(2), 152–165.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Binawa, I. G. P., Indrawati, Y., & Mananda, I. G. P. B. S. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan keselamatan wisatawan terhadap kepuasan wisatawan di daya tarik wisata Air Terjun Tegenungan Gianyar Bali. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(4), 2174–2182. <https://doi.org/10.55681/jige.v4i4.1556>
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet. *Tourism Management*, 29(4), 609–623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Diartika, F., Indartin, T. R. D., & Rizka, H. (2024). Kepuasan wisatawan Pantai Tanjung Papuma Kabupaten Jember berdasarkan Importance Performance Analysis. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 7(3).

- Gaspersz, V. (2005). *Total quality management*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171–180.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Japan National Tourism Organization. (2025). Visitor arrivals statistics. Retrieved March 25, 2026, from <https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Ma'tia, U., Lestari, A., & Wahyuni, S. (2024). Analisis kualitas produk batik dan kualitas layanan terhadap kepuasan wisatawan di Kampung Batik Giriloyo Yogyakarta dengan metode Importance Performance Analysis. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 5(1).
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-performance analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77–79. <https://doi.org/10.1177/002224297704100112>
- Nasir, M. N. M., Mohamad, M., Ghani, N. I. A., & Affanorhan, A. (2020). Testing mediation roles of place attachment and tourist satisfaction on the relationship between tourism product and revisit intention. *Management Science Letters*, 10(2), 443–454.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pebrianti, Y., Detmuliati, A., & Zein, R. S. (2022). Pengaruh daya tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan (Survei pada objek wisata Green Paradise Kota Pagar Alam). *Tourism Economics Hospitality and Business Management Journal*, 2(1). <https://doi.org/10.36983/tehbmj.v2i1.337>
- Ratminto, & Winarsih, A. S. (2005). *Manajemen pelayanan*. Pustaka Pelajar.
- Seetanah, B., Teeroovengadum, V., & Nunkoo, R. (2020). Destination satisfaction and revisit intention of tourists: Does the quality of airport services matter? *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44(1), 134–148.
- Stankov, U., Đurđev, B., Marić, B., et al. (2024). An IPA analysis of tourist perception and satisfaction with Nisville Jazz Festival service quality. *Sustainability*, 16(22), 9616. <https://doi.org/10.3390/su16229616>
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supraba, C. A., Lilasari, L. N. T., & Aridayanti, D. A. N. (2024). Tourism destination service quality: An analysis of domestic tourists satisfaction in Kawasan Luar Pura Uluwatu. *Journal of Applied Science in Tourism Destination*, 2(1), 10–16. <https://doi.org/10.52352/jastd.v2i1.1499>
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar*. Rineka Cipta.
- Tokyo Tower. (2026). *Tokyo Tower guide*. Retrieved March 25, 2026, from <https://www.tokyotower.co.jp/en.html>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (8th ed.). McGraw-Hill Education.