

# KUALITAS PELAYANAN WAITERS DI GRAND ZURI HOTEL DUMAI

**By: Sinta Deswanti**  
**Advisor : Siti Sofro Sidiq**  
**Email: [sintadeswantis@gmail.com](mailto:sintadeswantis@gmail.com)**

**Department of Administration Science - Tourism Department**  
**Faculty of Social Science and Political Science**  
**Riau University**

## *ABSTRACT*

*Hospitality is one of the important components that can support the development of the world of tourism. The Hospitality Industry is one of the industries that play an important role in the economic development and the world of tourism in Indonesia.*

*service is any action or desire which may be offered by one party to another, essentially intangible and does not result in any ownership. And a sense of fun given to others who accompanied hospitality and ease in meeting the needs of consumers.*

*This research was conducted in Grand Zuri Kota Dumai. Jl Jend. Sudirman No. 88, Dumai City, Bintan Village, Dumai City District, Dumai City. This hotel is chosen as a place of research because in it has the quality of service that visitors need when visiting this hotel.*

*This study aims to determine the response of visitors to the quality of service at the Grand Hotel Zuri Dumai City. This research uses quantitative descriptive method to process the data obtained in the field through interviews, all the information collected and studied to become a unified whole (Kusuma and Sugono 2000). As for the sample in research sebanyak 100 respondents, data collection techniques used are observations, interviews, questionnaires, using Likert scale as a measuring tool. Based on the results of research that has been done quality service with variable Reliability, Responsivensse, Assurance Empathy and Tangible with good research conclusions.*

**Keywords :Realibility, Responsivinsse, Assurance, Empathy, Tangible, Hotel Grand Zuri**

## **BAB I**

### **Pendahuluan**

#### **1.1 latar belakang**

Grand Zuri Hotel kota Dumai adalah salah satu Hotel bintang tiga di Dumai, yang terletak di Jl. Jend Sudirman, No 88. Dumai kota. Adapun department yang ada di hotel antara lain, *Front Office, F&B Service, F&B Product, Sales Marketing, HRD, Accounting, Engeneering, Hausekeeping.*

*F&B Service Department* yang mengurus dan bertanggung jawab terhadap kebutuhan pelayanan makanan dan minuman serta kebutuhan lain yang terkait, dan para tamu yang tinggal maupun tidak di hotel tersebut, dan di kelola secara komersial serta professional. (soekresno dan pandit, 2004). Dalam operasionalnya setiap departemen akan berhubungan dengan departemen lain karena hubungan antar departemen dalam memenuhi berbagai kepentingan dan kebutuhan selalu berkaitan satu sama lain.

Kepuasan kualiatas pelayanan dapat diartikan sebagai suatu keadaan dalam diri seseorang ,dimana ia telah berhasil mendapatkan suatu yang menjadi kebutuhan-kebutuhan dan keinginan keinginannya. Dan kualitas pelayanan ditentukan oleh tamu sebagai sebagai jasa pelayanan tersebut. Oleh sebab itu kualitas pelayanan dapat diciptakan dengan terlebih dahulu mengidentifikasi cerapan tamu tentang pelayanan yang dibutuhkan dan diinginkannya, bila pelayanan yang diterima oleh tamu melebihi atau sama dengan yang diharapkan maka dapat dikatakan pelayanan tersebut adalah baik atau memuaskan, kualiatas pelayanan adalah suatu yang komplek oleh ; *james dan mona* dalam buku (agus sulastiyono :2008)

Merurut sutedja (2007:5) pelayanan atau servis dapat diartikan sebagai atau sebuah kegiatan atau keuntungan yang didapat atau ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain. Serta menurut jusuf suit dan almasdi (2012:88) untuk melayani pelanggan secara prima kita diwajibkan untuk memberikan layanan yang pasti handal cepat serta lengkap dengan tambahan empaty dan penampilan yang menarik.

Hotel Grand Zuri adalah salah satu hotel yang masih belum melakukan pelayanannya dengan baik, ini dapat di lihat dari beberapa komplain tamu seperti kurang ramah dalam memberikan pelayanan, tidak cepat dalam menanggapi permintaan tamu, keterbatasan bahasa yang digunakan, makanan pesanan tamu terlambat disajikan, pembuatan biliing yang lama, kebersihan kurang terjaga sehingga sering timbul guest coment di restoran

Pentingnya penelitian yang penulis angkat adalah untuk melihat bagaimana kualitas pelayanan waiters di Hotel Grand Zuri kota dumai. Karena kualitas pelayanan penting untuk di perhatikan supaya pelanggan ataupun konsumen merasa nyaman untuk tinggal/menginap di hotel tersebut. Jika di lihat dari pelayanan yang di berikan masih banyak permasalahan yang tampak oleh penulis. Oleh karena itu penulis memiliki pemikiran untuk melakukan penelitian untuk melihat bagaimana pelayanan room waiters Hotel Grand Zuri terhadap tamu, terutama karyawan Food and Beverage servis. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul. **“Kualitas Pelayanan Waiters di Hotel Grand Zuri Kota Dumai”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “Bagaimana kualitas pelayanan waiters di hotel Grand Zuri Kota Dumai?”

## 1.3 Batasan Masalah

Di dalam penelitian ini, penelitian terfokus dan lebih spesifik pada rencana dan tidak melebar serta tidak membahas berbagai hal lainnya dan untuk mempermudah penelitian dan memungkinkan tercapainya hasil yang baik. Maka permasalahan yang dikaji dibatasi pada “Kualitas Pelayanan Waiters di Hotel Grand Zuri Dumai” dan lebih membahas tentang kualitas pelayanan waiters di Hotel Grand Zuri Dumai

## 1.5 Tujuan dan manfaat penelitian

### 1.5.1 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah dari penelitian yang telah dirumuskan diatas sehingga penelitian ini akan mengkaji tentang.

1. Untuk mengetahui tanggapan tamu terhadap pelayanan waiters di Hotel Grand Zuri Kota Dumai.
2. Untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan oleh FBM Hotel Grand Zuri Kota Dumai dalam meningkatkan kualitas pelayanan Waiters.

### 1.5.2 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian yang mempunyai tujuan biasanya tidak lepas dari manfaat yang ingin dicapai. Adapun manfaat yang ingin dicapai dalam penyusunan tugas akhir ini adalah:

1. Bagi Penulis

Penulis dapat mengetahui apa saja usaha-usaha yang dilakukan oleh Hotel Grand Zuri Kota Dumai dalam meningkatkan jumlah pelanggan

### 2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan dan pertimbangan bagi Hotel Grand Zuri Kota Dumai dalam melakukan usaha-usaha peningkatan pelayanan jasa

### 3. Bagi Pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensitambahan untuk penelitian lebih lanjut dan sumbangan pemikiran untuk kampus Universitas Riau.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Defenisi hotel

Menurut(Widanaputra,2009:16) Hotel adalah suatu badan usaha yang bergerak dibidang jasa dan didalamnya terdapat beberapan unsur pokok yang terkandung dalam pengertian hotel yaitu:

- 1) Suatu jenis akomodasi
- 2) Menganakan sebagian atau seluruh bangunan yang ada
- 3) Menyediakan fasilitas pelayanan jasa penginapan
- 4) Menyediaka makanan dan minuman serta jasa lain.
- 5) Fasilitas dan pelayanan tersebut disediakan untuk para tamu dan masyarakat umum yang menginap.
- 6) Berfungsi sebagai tempat sementara.
- 7) Dikelola secara komersial.

#### 2.3 Pengertian Food Beverage

*Department Food and Beverage* secara umum adalah bagaian yang mengurus makanan dan minuman,

sedangkan definisi *department Food and Beverage* secara khusus (dilihat dari dunia perhotelan) adalah bagian dari hotel yang mengurus dan bertanggung jawab terhadap kebutuhan pelayanan makanan dan minuman serta kebutuhan lain yang terkait, dan para tamu yang tinggal maupun tidak di hotel tersebut, dan di kelola secara komersial serta professional. (soekresno dan pandit,2004).

*Departement Food and Beverage* dapat dibagi menjadi dua bagian sesuai tugasnya masing-masing, yaitu bagian depan (*front service*) dan bagian belakang (*back service*). Kalaupun terpisah, kedua bagian tersebut saling bergantung satu sama lain, dan selalu harus bekerja sama dalam satu tim (soekresno dan pendit,2004:5).

1. *Department Food and Beverage* bagian depan (*Front Office*)  
Biasanya terdiri dari restoran,bar,*banquet*,dan*roomserv ice*. Petugas dibagian ini langsung berhubungan dengan tamu.
2. *Department Food and Beverage* bagian belakang (*Back Service*)  
Biasanya terdiri dari kitchen (bagian dapur), *stewarding, service, bar* dan kantin karyawan. Disebut *back service* karna tidak langsung berhubungan dengan tamu, dan harus melalui perantara pramusaji.

Menurut bukunya (mertayasa, 2012) berpendapat pada umumnya di bagian tata hidang terdapat lagi beberapa bagian atau seksi yang masing-masing mempunyai tugas tertentu.Besar kecilnya seksi ini tergantung dari besar kecilnya operasi dalam bagian ini. Pada dasarnya seksi-seksi itu terdiri dari :

#### 1. *Restoran*

Adalah suatu ruang atau tempat dimana tamu dapat membeli dan

menikmati makanan dan minuman atau merupakan suatu seksi untuk menyiapkan makanan dan minuman lagi bagi tamu yang memerlukannya.Pada hotel besar biasanya terdapat lebih dari satu restoran.

#### 2. *Bar*

Adalah suatu tempat yang dikelola secara komersial yang meyiapkan dan menjual minuman,baik yang mengandung *alcohol* maupun yang tidak mengandung *alcohol* bagi tamu.

#### 3. *Room service*

Adalah bagian dari *F&B service* yang terdapat dihotel yang bertugas dan bertanggung jawab dalam pelayanan makanan dan minuman.

#### 4. *Banquet*

Adalah bagian dari *F&B service*, yang bertanggung jawab dalam penjualan makanan dan minuman pada kegiatan khusus diluar restoran (*Special Event*) setelah terjadi kesepakatan bersama.Kegiatan bersama didalam hotel maupun diluar hotel.

#### 5. *Steward*

Adalah bagian dari *F&B service*, yang bertanggung jawab dalam menjaga kebersihan dan penyimpanan peralatan pada *F&B Departement* dan menunjang kelancaran pelayanan kepada tamu.

## 2.4 Kualitas Pelayanan

Kualitas dan pelayanan adalah peran penting dalam pemasaran semua produk, dan terutama menjadi hal yang palinjd penting dalam banyak industri karena ,merupakan pembeda yang efektif bagi sejumlah produk. Dalam strategi pemasaran, konsumen merupakan jangka panjang suatu perusahaan. Tujuan pemasaran adalah memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen (**Kotler 1980**). Kualitas adalah suatu yang di putuskan oleh pelanggan. Artinya,

kualitas di dasarkan pada pengalaman pelanggan atau konsumen terhadap produk jasa yang di ukur berdasarkan persyaratan-persyaratan konsumen (pengunjung)

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan atau memenuhi atau melebihi harapan menurut *Tjiptono* dalam buku (*Tony Wijaya 2011*). Sehingga defenisi kualitas pelayanan dapat di artikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (*Tjiptono 2004*)

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat di ketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut palayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang di terima atau di rasakan sesuai dengan yang di harapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang di terima melampui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan di persepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya, jika jasa yang di terima lebih rendah dari pada yang di harapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan buruk.

## 2.5 Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sering di konseptualisasikan sebagai perbandinganantara harapan dan kinerja aktual, kunci perbedaan barang dan jasa adalah pada kenyataan bahwa konsumen sering kali menerima nilai dari jasa tanpa mendapatkan kepemilikan permanen dari elemen yang berwujud. Dalam banyak contoh, pemasar menawarkan konsumen kesempatan untuk meminjam/menyewa

penggunaan dari obyek fisik seperti kamar hotel dan perlengkapan yang tersedia di kamar hotel tersebut.

Menurut Parasuraman dan kawan-kawan (dalam **Fitzsimmons dan Fitzsimmons, 1994: Zeithaml dan Bitner, 1994**) yang dikutip dalam buku manajemen jasa karangan *Fandy Tjiptono (2004)* menyatakan, kualitas layanan merupakan suatu konsep yang terdiri dari lima dimensi.

### a. *Reliability* (Kehandalan)

Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.

Dalam unsur ini, perusahaan dituntut untuk menyediakan produk/ jasa yang handal. Produk/ jasa jangan sampai mengalami kerusakan/ kegagalan. Dengan kata lain, produk/ jasa tersebut harus selalu baik. Para anggota perusahaan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga konsumen tidak merasa ditipu. Selain itu, perusahaan harus tepat janji bila menjanjikan sesuatu kepada konsumen. Sekali lagi perlu diperhatikan bahwa janji bukan sekedar janji, namun janji harus ditepati.

### b. *Responsiveness* (Daya tanggap)

Dimensi ini mencakup keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, selalu memperoleh definisi yang tepat dan segera mengenai pelanggan. Dimensi ketanggapan ini merefleksikan komitmen perusahaan untuk memberikan pelayanannya tepat pada waktunya. Dimensi ini berkaitan

dengan keinginan dan/atau kesiapan pekerja untuk melayani.

Dimensi ini juga merefleksikan persiapan perusahaan sebelum memberikan pelayanan. Misalnya, restaurant baru sengaa untuk tidak mengiklankan “malam pembukaan” agar system pemberian pelayanannya dapat dilakukan dengan baik dan dipersiapkan untuk menangani kerumunan pengunjung yang lebuah besar sehingga dapat meminimalkan kegagalan pelayanan maupun keluhan pelanggan

### c. Assurance (Jaminan/Kepastian)

Dimensi Jaminan (*assurance*) merupakan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Pada saat persaingan sangat kompetitif, anggota perusahaan harus tampil lebih kompeten, artinya memiliki pengetahuan dan keahlian di bidang masing-masing.

Dimensi ini terdiri dari empat hal berikut ini:

- a) *Competency*, yaitu mencakup keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dapat dilakukan dengan optimal
- b) *Courtesy* (kesopan santunan), dalam pelayanna adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Jaminan akan kesopan santunan kepada pelanggan sesuai dengan konsisi dan situasi yang ada
- c) *Credibility*, perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan, *believability* atau sifat kejujuran. Menanamkan kepercayaan, memberikan kredibilitas yang

baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang

- d) *Security* (keamanan), adanya suatu kepercayaan yang tinggi daripelanggan akan pelayanan yang diterima. Tentunya pelayanan yang diberikan memberikan suatu jaminan kepercayaan yang maksimal

Dimensi ini mencakup pengetahuan dan kesopanan pekerja serta kemampuannya untuk memberikan kepercayaan kepada pelanggan. Dimensi ini merefleksikan kompetensi perusahaan, keramahan (kesopan santunan) kepada pelanggan, dan keamanan operasinya. Kompetensi berkaitan dengan pengetahuan dan keterampilan dalam memberikan jasa. Keramahan mengacu pada bagaimana pekerja perusahaan berinteraksi dengan pelanggannya dan kepemilikan pelanggan. Keamanan merefleksikan perasaan pelanggan bahwa ia bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.

### d. Empathy (Empati)

Empati yaitu memberkan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan dan tidak membedakan status social pelanggan dalam memberikan pelayanan (**Parasuraman, dkk, 1998**) pada dimensi ini terdapat tiga hal, yaitu

- a) *Accessibility*, yaitu kemudahan untuk ,mendekati dan menghubungi pelanggan.
- b) *Communication skill*, yaitu secara terus menerus memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga para pelanggan dapat dengan mudah mengerti disamping itu perusahaan hendaknya dapat secara cepat

dan tanggap dalam menyikapi keluhan dan complain yang dilakukan oleh pelanggan

- c) *Understanding the customer*, yaitu perlunya usaha untuk mengetahui pelanggan dan kebutuhan khususnya.

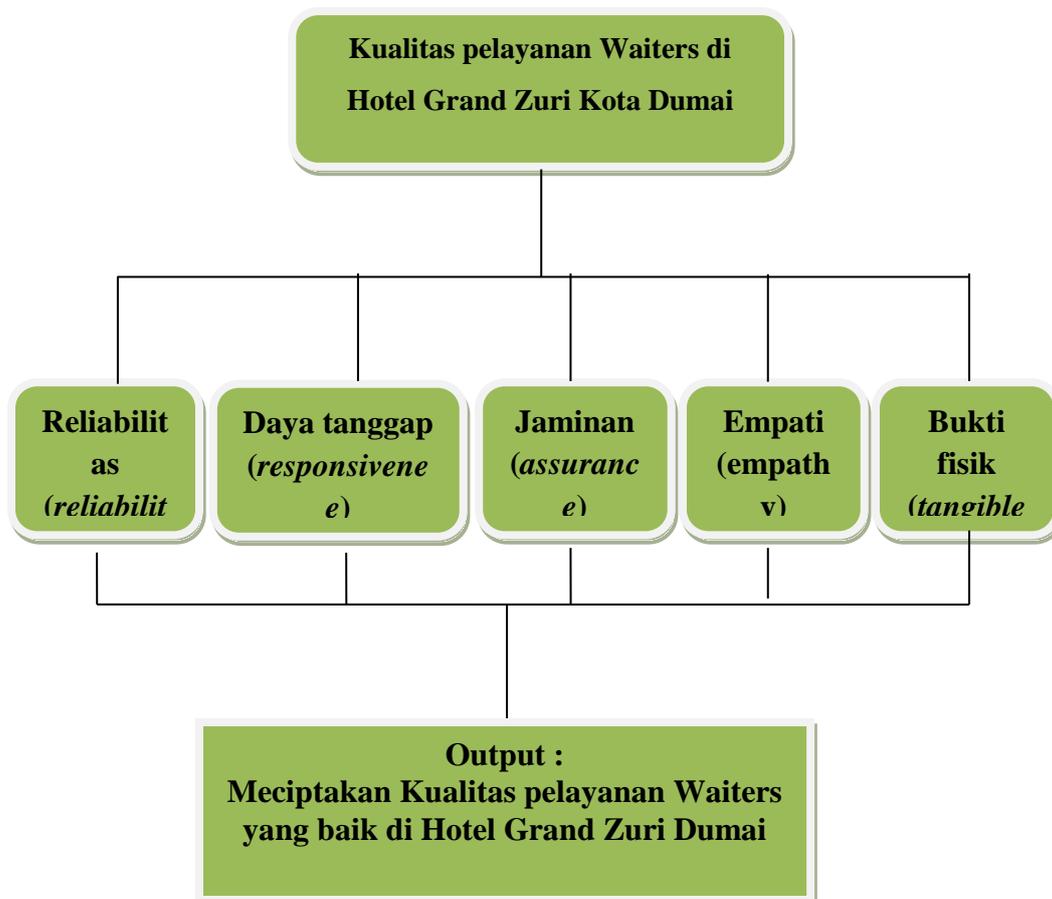
Dimensi ini berfokus pada kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen. Setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung.

**e. Tangible**

*Tangible* lebih berupa hal-hal yang kasat mata dalam memberikan layanan kepada pengguna. Terkait

dengan tangibles ini adalah fasilitas fisik untuk memberikan layanan. Salah satu bentuk tangibilitas fasilitas fisik dapat yang baik dalam pelayanan karyawan adalah kebersihan tempat pelayanan. Dan kebersihan serta kenyamanan ini harus terlihat di mata para tamu. Dimana keberadaan bukti fisik yang berupa fasilitas halaman parkir, kebersihan interior dan eksterior lingkungan perusahaan (karpet, tempat duduk, pencahayaan, warna dinding, brosur, korespondensi sehari-hari) dan kerapian berpakaian dari karyawan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan, karena pelanggan akan merasa nyaman dan mudah untuk melakukan transaksi jika didukung bukti fisik tersebut.

**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**



## **BAB III** **Metodologi Penelitian**

### **3.1 Desain penelitian**

Desain penelitian merupakan perencanaan, struktur, dan strategi penelitian dalam rangka menjawab pertanyaan dan mengendalikan penyimpangan mungkin terjadi (Sumarni dan Wahyuni, 2006 :47)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, yaitu dengan cara menegelompokan data yang disusun sedemikian rupa, kemudian menghubungkan dengan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh organisasi sehingga dapat diambil dalam suatu kesimpulan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability* sampel dengan sampel yang di ambil secara kebetulan (*accidental sampling* ).

### **3.2 Waktu dan Tempat Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan di Grand Zuri Kota Dumai. Jl Jend. Sudirman No. 88, Dumai Kota, Kelurahan Bintan, Kecamatan Dumai Kota, Kota Dumai Riau 28812.

Penulis akan melakukan penelitian selama 3 (tiga) bulan yaitu dilaksanakan pada bulan Desember 2017-Februari 2018.

### **3.1 Populasi Dan Sampel**

#### **a. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas subyek dan objek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Elta Mamang Sanadji dan Sopiiah: 2010). Populasi di ambil kepada konsumen yang makan dan minum di restoran Hotel

Grand Zuri Dumai pada bulan Desember sampai Februari 2018.

#### **b. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Elta Mamang Sanadji dan Sopiiah:2010). Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel diambil secara kebetulan atau *accidental ampling* yang di jumpai pada waktu penelitian di jadikan responden sebagai sumber data. Dengan adanya keterbatasan waktu dan biaya maka penulis mengambil 100 orang responden sebagai sampel dalam penelitian ini. Teknik penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan *sampling accidental*, yang mana menurut Sugiyono (2008) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dan di pandang cocok sebagai sumber data dan dapat dijadikan sebagi sampel.

### **3.4 Jenis Dan Sumber Data**

#### **a. Data primer**

Menurut (Bungin,2006:122) Data primer adalah yang langsung di peroleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Data primer di peroleh langsung dari Hotel Grand Zuri Kota Dumai, teknik pengumpulan data bersumber dari observasi hasil kuisisioner dan wawancara kepada tamu yang berkunjung di Hotel Grand Zuri Dumai tentang indikator-indikator yang berkaitan dengan factor-factor yang mempengaruhi kualitas pelayanan kerja.

#### **b. Data Skunder**

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari responden, tetapi dari pihak ketiga ( Wardiyanta, 2006 ). Data sekunder

dalam penelitian ini diperoleh melalui pustaka dari berbagai referensi, dan menggunakan berbagai literatur yang berkaitan dengan objek penelitian dan data dari Hotel Grand Zuri Kota Dumai.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data ialah sebagai berikut:

- a. Kuisiner (angket) adalah cara pengumpulan data dengan mengirimkan daftar pertanyaan untuk di isi sendiri. angket sendiri ,mengacu kepada kumpulan dari pertanyaan yang di ajukan secara tertulis kepada responden dan jawaban yang di peroleh juga dalam bentuk tertulis.
- b. Wawancara, Peneliti menggunakan jenis wawancara dan lisan untuk memperjelas masalah Kualitas Pelayanan *Waiters* yang terjadi di Hotel Grand Zuri Kota Dumai. Narasumber diminta pendapat dan ide-idenya karena tujuan wawancara ini untuk menemukan

### Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator
Kualitas pelayanan karyawan	Reliability	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mampu mengingat menu yang disajikan</li> <li>2. Mengetahui peralatan makanan dan minuman</li> <li>3. Kemampuan <i>waiters</i> dalam menyajiikan makanan dan minuman dimeja</li> <li>4. Keterampilan dalam <i>clear up</i></li> <li>5. Kemampuan berbicara dengan tamu</li> </ol>
	Responsiveness	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Segera datang ketika ada kebutuhan</li> <li>2. Segara datang ketika melihat ada kekurangan makanan dan minuman dimeja tamu</li> <li>3. Segera mengganti peralatan yang jatuh atau kotor</li> <li>4. Segera memberikan menu kepada tamu yang datang</li> <li>5. Segera menangani komplek dengan baik dan bijaksana</li> </ol>

permasalahan secara lebih terbuka, yang menjadi narasumber dari penelitian ini adalah FBM di Hotel Grand Zuri Kota Dumai.

### 3.6 Skala pengukuran

Skala yang digunakan adalah skala ordinal, oleh karena itu skala pengukuran variabel adalah skala likert. Skala likert adalah yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab berbagai tingkatan pada setiap objek yang diukur. Jawaban dari kuesioner tersebut di beri bobot skor atau nilai sebagai jawaban berikut (Sugiyono, 2011 : 64)

#### skala likert

No	Kriteria	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-Ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

sumber : Zulganef, 2008

	Assurance	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian pesanan dengan yang datang</li> <li>2. Adanya keinginan tamu untuk berkunjung kembali</li> <li>3. Konsistensi dalam melakukan pelayanan</li> <li>4. Tidak membeda-bedakan tamu</li> <li>5. Ketulusan dalam melakukan pekerjaan sebagai <i>waiters</i></li> </ol>
	Empathy	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peduli dan mampu dalam kesulitan yang sedang dihadapi tamu pada saat makan dan minum</li> <li>2. Perlihatkan pribadi berupa sapaan dengan berupa menyebut nama tamu</li> <li>3. Kepedulian karyawan terhadap kebutuhan tamu</li> <li>4. Mampu memahami dan membantu kebutuhan khusus tamu.</li> <li>5. Memperlihatkan keakraban kepada tamu.</li> </ol>
	Tangibles	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kerapian pakaian</li> <li>2. Keserasian <i>make up waiters</i></li> <li>3. Senyum yang manis</li> <li>4. Kerapian susunan peralatan makanan dan minuman</li> <li>5. Kebersihan waiters saat <i>clear up</i></li> </ol>

Sumber : Diadopsi dari Zeithml, dan Berry (dalam Tjiptono, 2012:175)

## 4.2 Kualitas Pelayanan Waiters Di Hotel Grand Zuri Kota Dumai

### 4.2.1 Profil Responden

a. Responden berdasarkan jenis kelamin

#### Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	52	52%
2	Perempuan	48	48%
Total		100	100%

Sumber: Olah Data Primer, Tahun 2018

b. Responden berdasarkan tingkat usia

#### Responden Berdasarkan Tingkat Usia

No	Tingkat Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	20-30	9	9%
2	31-40	42	42%
3	41-50	26	26%
4	>51	23	23%
Jumlah		100	100%

Sumber: Olah Data Primer, Tahun 2018

c. Responden berdasarkan pekerjaan

**Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Tingkat Usia**

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase %
1	Mahasiswa	14	14%
2	Pegawai swasta	23	23%
3	Pegawai Negri	22	22%
4	Wiraswata	25	25%
5	Lainnya	14	14%
Jumlah		100	100%

Sumber: Olah Data Primer, Tahun 2018

#### Tanggapan Responden Tentang Reliability

Adapun indikator yang akan di jadikan ukuran dalam reliability adalah memberikan pelayanan tepat waktu, karyawan memberikan

pelayanan dengan tepat, keramah tamahan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada tamu. Hasil dari tanggapan responden tentang reliability dapat di lihat dari tabel 4.8 berikut

**Tanggapan Responden Mengenai Reliability**

NO	INDIKATOR	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)	Skor	Ket
1	Mampu mengingat menu yang disajikan	32	55	12	0	1	417	<b>Baik</b>
2	Mengetahui peralatan makanan dan minuman	18	69	12	1	0	404	
3	Kemampuan waiter dalam menyajikan makanan dan	20	60	20	0	0	400	

	minuman dimeja							
4	Keterampilan dalam clear up	20	61	17	1	1	398	
5	Kemampuan berbicara dengan tamu	23	60	15	2	0	404	
<b>Total Skor</b>							<b>2023</b>	
<b>Capaian Kualitas Pelayanan</b>								<b>80,9 %</b>

Sumber : Data Olahan Penelitian Lapangan, 2018

Dari hasil rekapitulasi di atas dapat diketahui tanggapan responden tentang pernyataan reliability adalah setuju, dimana sebanyak 80,9% yang mengatakannya. Hal ini menerangkan bahwa bahwa responden menilai reliability cukup baik. Kondisi ini terlihat dari kemampuan waiters dalam memberikan pelayanan

### Tanggapan Responden Tentang Responsiveness

Reponseveness merupakan kecepatan dan ketepatan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan di hotel Grand Zuri pekanbaru. Berikut adalah tanggapan responden mengenai responsiveness di hotel Grand Zuri Kota Dumai.

### Tanggapan dan harapan responden tentang Responsiveness (daya tanggap)

NO	INDIKATOR	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)	Skor	Ket
1	Segera datang ketika dibutuhkan	21	57	20	1	1	396	Baik
2	Segera datang ketika melihat ada kekurangan di meja tamu	20	56	24	0	0	396	
3	Mengganti peralatan yang jatuh atau kotor	25	48	23	3	1	393	
4	Segera memberikan menu kepada tamu yang datang	18	61	18	2	1	393	
5	Menangani komplek dengan baik dan bijaksana	19	53	27	1	0	390	
<b>Total skor</b>							<b>1968</b>	
<b>Capaian Kualitas Pelayanan</b>								<b>78,7 %</b>

Sumber : Data Olahan Penelitian Lapangan, 2018

Dari hasil rekapitulasi di atas dapat diketahui tanggapan responden tentang pernyataan

responsivenees adalah sangat setuju, dimana sebanyak 78,7% yang mengatakannya. Hal ini menerangkan

bahwa responden menilai responsiveness yang diberikan oleh karyawan terhadap tamu yang menginap sudah baik sekali, kondisi ini dilihat dari kemampuan waiters dalam memberikan pelayanan.

### Tanggapan Responden Tentang Assurance

Assurance merupakan pengetahuan dan kesopanan pekerja serta kemampuan untuk memberikan kepercayaan kepada pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan mereka. Berikut adalah tanggapan responden terhadap assurance di hotel Grand Zuri Kota Dumai berdasarkan harapan responden.

### Tanggapan dan harapan responden tentang Assurance (jaminan)

NO	INDIKATOR	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)	Skor	Ket
1	Kesesuaian pesanan dengan yang datang	25	62	13	0	0	412	Baik
2	Adanya keinginan tamu untuk berkunjung kembali	17	57	24	2	0	389	
3	Konsistensi dalam melakukan pelayanan	18	60	21	0	1	394	
4	Tidak membedakan tamu	14	59	23	2	2	381	
5	Ketulusan dalam melakukan pekerjaan sebagai waiter	13	58	28	1	0	383	
<b>Total skor</b>							<b>1959</b>	
<b>Capaian Kualitas Pelayanan</b>								<b>78.3 %</b>

Sumber : Data Olahan Penelitian Lapangan, 2018

Dari hasil rekapitulasi di atas dapat diketahui tanggapan responden tentang pernyataan assurance adalah sangat setuju, dimana sebanyak 78,3% yang mengatakannya. Hal ini menerangkan bahwa responden menilai **Tanggapan Responden Tentang Empathy**

Empathy merupakan perhatian yang diberikan perusahaan kepada pelanggan sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan. Berikut adalah tanggapan

assurance yang diberikan oleh karyawan terhadap tamu yang datang sudah baik sekali, kondisi ini dilihat dari kemampuan waiters dalam memberikan pelayanan.

responden mengenai empathy di hotel Grand Zuri Kota Dumai

**Tanggapan dan harapan responden tentang *Emphaty* (empati)**

NO	INDIKATOR	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)	Skor	Ket
1	Peduli dan mampu dalam kesulitan yang sedang dihadapi tamu pada saat makan dan minum	18	58	22	1	1	391	Baik
2	Memperlihatkan pribadi berupa sapaan dengan menyebutkan nama tamu	12	53	31	4	0	373	
3	Kepedulian karyawan terhadap kebutuhan tamu	21	48	31	0	0	390	
4	Mampu memahami dan membantukebutuhan khusus tamu	11	53	33	3	0	372	
5	Memperlihatkan keakraban pada tamu	17	53	26	2	2	381	
<b>Total Skor</b>							<b>1907</b>	
<b>Capaian Kualitas Pelayanan</b>								<b>76,2 %</b>

*Sumber : Data Olahan Penelitian Lapangan, 2018*

Dari hasil rekapitulasi di atas dapat diketahui tanggapan responden tentang pernyataan empathy adalah ragu-ragu , dimana sebanyak 76,2% yang mengatakannya. Hal ini

**Tanggapan Responden Tentang Tangible**

Tangible adalah fasilitas fisik, peralatan, serta penampilan pekerja di hotel Grand Zuri Kota Dumai yang menunjukkan kemampuan pihak hotel dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Dengan demikian

menerangkan bahwa responden menilai empathy yang diberikan oleh karyawan terhadap tamu yang menginap kurang baik, kondisi ini dilihat dari kemampuan waiters dalam memberikan pelayanan. tangible merupakan sebuah indikator yang paling konkrit bagi sebuah perusahaan, karena wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat. Berikut adalah tabel tanggapan responden mengenai tangible di hotel Grand Zuri Kota Dumai

**Tanggapan dan harapan responden tentang *Tangible* (bukti fisik)**

NO	INDIKATOR	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)	Skor	Ket
1	Kerapian pakaian	27	64	8	0	1	416	Baik
2	Keserasin make up waiter	18	73	9	0	0	409	
3	Senyum yang manis	24	55	19	2	0	401	
4	Kerapian susunan						392	

	peralatan makanan dan minuman	20	54	24	2	0		
5	Kebersihan waiter saat <i>clear up</i>	18	49	30	2	1	381	
<b>Total Skor</b>							1999	
<b>Capaian Kualitas Pelayanan</b>							<b>79,9 %</b>	

Sumber : Data Olahan Penelitian Lapangan, 2018

Dari hasil rekapitulasi di atas dapat diketahui tanggapan responden tentang pernyataan tangible adalah sangat setuju, dimana sebanyak 79,9% yang mengatakannya. Hal ini menerangkan bahwa responden menilai tangible yang diberikan oleh karyawan terhadap tamu yang menginap atau datang sudah baik sekali, kondisi ini dilihat dari kemampuan waiters dalam memberikan pelayanan.

#### DAFTAR PUSTAKA

Bagyono.2007. *Pariwisata dan Perhotelan* .Bandung : Alfabeta

Bungin, Burhan . 2006 *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*. Jakarta:Kencana

Kasmir.2005. *Etika Costemer Service*. Jakarta:Pt Raja Grapindo Persada

Martayasa, I Gede Agus .2012 *.Food& Beverage Service Operational*. Yogyakarta:Andi

Ratminto dan Winasri Atik Septi.2005. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta : Andi

Riduwan. 2002, *Skala Pengukuran Variabel – Variabel Penelitian*, Bandung : Alabeta

Sulastiyono Agus .2008. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*.Bandung : Alfabeta

Seokresno dan Pendit. 1998. *Pramusaji Food & Beverage Service* Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Seokresno dan Pendit 2004. *Petunjuk Praktek Pramusaji Food and Beverage*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Sutedja.2007. *Panduan Layanan Konsumen*. Jakarta : Pt Grasindo

Sumarni dan Wahyuni, 2006, *Metodologi Penelitian dan Bisnis*. Yogyakarta: Andi

Sunarto. 2007. *Manajemen Ritle* .Yogyakarta : Amus

Saleh A. Muafik. 2010. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

Sugiono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* . Bandung:Alfabeta

Tjiptono.2012. *Service & Management* Edesi 2. Yogyakarta : Andi