

KUALITAS PELAYANAN RESEPSIONIS DI GRAND ELITE HOTEL PEKANBARU

Oleh : Vivyan Augustine E Churcill

Pembimbing : Siti Sofro Sidiq

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata - Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

This research aims to determine the quality of reception services at Grand Elite Hotel Pekanbaru. This research uses quantitative methods to examine the problems raised. The samples in this study were 50 people using accidental sampling technique. While the data collection techniques in this research used the method of distributing questionnaires, observation, and interviews. The measurement technique used in this research questionnaire is a Likert scale, then the data will be processed using quantitative methods whose data is numerically oriented to results in the form of definite and clear conclusions. Based on the results of the research that has been done, there are five dimensions that will be examined in the quality of service at the reception of Grand Elite Hotel Pekanbaru including the first direct evidence such as complete facilities at the Grand Elit Hotel, free facilities provided by the Grand Elite Hotel in the form of breakfast, internet connection and SPA. The second aspect is empathy such as employee friendliness, providing clear information to guests, and employee care for guests. Next, reliability is like the employee who is on time to pick up and deliver guests, employees who are able to fulfill the wishes of guests, and the alertness of employees. Then responsiveness such as employees who are active in serving guests, employees provide responsive services, and employees understand the wishes of guests. And the last one is guarantees like, honesty of employees who create trust for guests, politeness of employees in serving guests, and the ability of employees to provide services. For the whole of the calculation results prove that the quality of reception services at Grand Elite Hotel Pekanbaru is good.

Keywords: Receptionist, Service Quality, Reception, Grand Elite Hotel

Kualitas Pelayanan Resepsionis

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis, persaingan semakin tinggi dan semakin ketat terutama di bidang pelayanan dan jasa sehingga setiap perusahaan saling berpacu dalam meningkatnya penjualan sehingga perusahaan memiliki banyak konsumen. Hal yang harus diketahui setiap perusahaan, bahwa semakin banyak konsumen maka akan semakin sulit mengenali konsumennya secara teliti mengenai kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas barang dan jasa pelayanan yang diberikan. Dalam hal ini, banyak perusahaan yang kurang memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan, sedangkan kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap kemajuan perusahaan itu sendiri.

Perusahaan yang mampu bersaing adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas. Perusahaan dituntut untuk melakukan perbaikan terus menerus terutama pada kualitas pelayanannya, dengan tujuan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan dapat menempati tempat yang baik di mata konsumen maupun calon konsumen.

Pada dasarnya, kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan. Loyalitas konsumen terhadap kualitas jasa tersebut dapat diukur dari terpenuhi atau tidaknya kebutuhan konsumen yang tampak dari sikap perilaku konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Mereka cenderung akan membandingkan dengan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang dinikmati ternyata berbeda jauh, mereka akan kehilangan minat terhadap perusahaan jasa tersebut begitu sebaliknya. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi dengan

kinerja. Kepuasan konsumen akan terpenuhi jika penyampaian jasa kepada konsumen sesuai dengan yang diharapkan konsumen.

Grand Elite Hotel merupakan salah satu hotel berbintang empat yang ada di kota Pekanbaru yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa perhotelan yang tidak hanya menerima tamu untuk menginap, mereka juga menyediakan fasilitas pendukung pelayanan jasanya seperti sarana pokok dan penunjang kemudahan dan kenyamanan yang secara sengaja disediakan oleh pihak hotel untuk dinikmati oleh tamu selama ia menempati hotel tersebut. Dimensi kepuasan yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa Grand Elite Hotel antara lain *tangible* meliputi interior hotel yang mewah, keramahan karyawan hotel, posisi hotel yang strategis, penampilan karyawan yang rapi, kelengkapan fasilitas hotel, dimensi *reliability*, meliputi kemampuan hotel dalam memberikan pelayanan yang terbaik, dimensi *responsiveness*, meliputi kesediaan karyawan dalam membantu konsumen dan memberi pelayanan yang cepat, dimensi *assurance* yang meliputi sopan santun karyawan dan kemampuan untuk membangkitkan rasa kepercayaan para konsumen, keamanan dan keterampilan pihak hotel, serta dimensi *empathy*, meliputi rasa perhatian yang diberikan kepada konsumen. Dimensi di atas dikembangkan oleh Parasuraman dkk. yang disebut SERVQUAL (*service quality*) merupakan alat ukur terhadap kualitas pelayanan (Payne, 2000).

Hotel tidak hanya dikenal sebagai tempat bermalam saat jauh dari rumah, tetapi dikenal sebagai sebuah tempat dengan pelayanan yang diberikan. Walaupun gedung dan fasilitas sangat menunjang, tidak ada artinya apabila tidak ditunjang dengan pelayanan yang memuaskan. Karena konsumen tetap akan merasa tidak puas. Dari uraian di atas dapat kita lihat betapa pentingnya arti layanan bagi sebuah perusahaan jasa

pelayanan. Kualitas jasa yang unggul akan memberikan dasar yang baik bagi pengguna jasa yang berulang, terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan pihak perusahaan, dan reputasi yang baik bagi perusahaan di mata konsumen.

Front office memegang posisi penting dalam operasional di hotel, merupakan seorang fasilitator antara tamu dengan departemen lain. *Reception* adalah salah satu titik kontak pertama dengan tamu. Kerapian, ketertiban, daya tarik, kualitas, dan profesionalisme adalah sesuatu yang harus selalu diutamakan. Selain itu *reception* juga menciptakan kesan terakhir bagi para tamu hotel. Bardi (2007) menyatakan bagian *Front Office* merupakan bagian yang memiliki peranan yang sangat penting di hotel, sehingga bagian tersebut menjadi bagian yang menjadi ujung tombak sebuah hotel.

Tidak hanya kepuasan konsumen yang ada di Grand Elite Hotel, melalui beberapa situs penulis menemukan beberapa masalah yang dikeluhkan pelanggan mengenai pelayanan di kantor depan Grand Elite Hotel Pekanbaru.

Berawal dari latar belakang masalah di atas, penulis ingin mengetahui tentang kualitas pelayanan kantor depan di Grand Elite Hotel Pekanbaru dengan judul :
“KUALITAS PELAYANAN RESEPSIONIS DI GRAND ELITE HOTEL PEKANBARU”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka ada dua masalah yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana kualitas pelayanan resepsionis di Grand Elite Hotel Pekanbaru.
2. Bagaimana tanggapan tamu terhadap kualitas pelayanan di resepsionis Grand Elite Hotel Pekanbaru.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan resepsionis di Grand Elite Hotel Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui tanggapan tamu terhadap kualitas pelayanan di resepsionis Grand Elite Hotel.

1.4. Manfaat penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk:

1. Bagi penulis, untuk menerapkan disiplin ilmu, teori, dan konsep yang diterima penulis selama kuliah .
2. Bagi pihak hotel, sebagai bahan pertimbangan dalam rangka menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai pelayanan dan kinerjanya terhadap konsumen. Hasil penelitian ini nantinya juga akan membantu memberi pertimbangan mengenai peningkatan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen, juga dapat digunakan sebagai referensi untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat menciptakan keunggulan dan dapat bersaing dengan Hotel yang lainnya.
3. Bagi pembaca, sebagai sumber informasi bagi apra pengguna jasa hotel, berkaitan dengan kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangible* terhadap konsumen Grand Elite Hotel. Juga sebagai tambahan informasi dan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Hotel

Sebuah hotel harus memiliki fasilitas berupa kamar tidur, karena kamar tidur merupakan andalan yang menjadi sumber pendapatan utama bagi hotel. Kemudian sebuah hotel harus memiliki

restoran, karena restoran memberikan kontribusi yang signifikan bagi perolehan pendapatan hotel. Selanjutnya sebuah hotel juga biasanya memiliki bar, bar merupakan tempat yang menyediakan pelayanan penjualan minuman, baik yang beralkohol maupun tidak, dan tamu dapat menikmati sambil bersantai. Hotel juga mempunyai Ballroom ataupun meeting room, disediakan untuk para pelanggan yang ingin mengadakan acara-acara dengan kapasitas ruangan disesuaikan dengan kebutuhan. Sebuah hotel juga memiliki fasilitas penunjang lainnya seperti spa, *business center*, *kids corner*, fasilitas kebugaran, fasilitas hiburan, *drugstore* dan fasilitas lainnya yang mampu memenuhi kebutuhan tamu.

2.2. *Front Office*

Front office berasal dari kata bahasa Inggris “*front*” yang artinya depan, dan “*office*” artinya kantor. Jadi *front office* adalah kantor depan. *Front Office Department* yang memiliki tanggung jawab utama sebagai salah satu divisi kamar bawahan adalah untuk menjual sebanyak kamar sesuai dengan kapasitas dan tingkat atau tarif yang ditentukan kamar. *Front office* juga memiliki peranan penting dalam menyediakan informasi penting untuk hidup, karena *front office* adalah jantung dari hotel dimana para tamu menempatkan pertama kalinya untuk memperoleh informasi.

Front office juga merupakan pusat informasi dan juga hampir semua kegiatan tamu seperti menerima dan mengirim surat dalam *custom clearance*, pembayaran tagihan hotel, hilangnya barang, menampung keluhan tamu, dan juga di mana setiap pemberian informasi baik di dalam hotel dan di luar hotel. *Front office* adalah cerminan dari kualitas hotel untuk pertama kalinya untuk tamu setelah memasuki hotel, untuk kesiapan, kewaspadaan, akurasi dan kemampuan semua karyawan di kantor depan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab mereka sangat penting dalam memberikan

kesan yang baik dan tidak baik atau buruk tamu hotel sebelum tamu mendapatkan layanan dan pengalaman orang lain ketika mereka datang untuk tinggal atau tidak di sebuah hotel. Tujuan dari kantor depan hotel adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan tingkat hunian kamar dan pendapatan hotel dari tahun ke tahun.
2. Meningkatkan jumlah tamu langganan yang menginap
3. Memenuhi kebutuhan dan kepuasan tamu dengan baik, tepat dan cepat
4. Membentuk citra positif hotel dalam mewujudkan tujuan hotel.

2.3. Kualitas

Menurut Fandy Tjiptono (2005) beberapa definisi kualitas yang sering dijumpai antara lain kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat, melakukan segala sesuatu secara benar sejak awal dan sesuatu yang membahagiakan pelanggan/konsumen.

Selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah, sehingga kualitas produk/jasa juga harus disesuaikan, dengan perubahan kualitas tersebut, diperlukan perubahan atau peningkatan keterampilan tenaga kerja, perubahan proses produksi dan tugas, serta perubahan lingkungan perusahaan agar produk dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

2.4. Pelayanan

Fandy Tjiptono (2005) jasa (service) merupakan aktifitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Menurut Kotler yang dikutip Toni Wijaya (2011) “jasa atau pelayanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun”.

Kotler dalam Tjiptono (2002), jasa/pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. Sedangkan menurut Zeithaml dan Berry (dalam Yazid, 1999), jasa adalah mencakup semua aktivitas ekonomi yang *output*-nya bukanlah produk atau kondisi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama dan nilai tambah yang diberikan dalam bentuk (kenyamanan, hiburan, kecepatan, dan kesehatan) yang secara prinsip tidak berwujud (*intangible*) bagi pembeli pertamanya. Sedangkan definisi pelayanan menurut Ratminto (2005) adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen.

Ada empat karakteristik khusus dari jasa yang membedakannya dengan barang. Karakteristik jasa tersebut menurut Kotler (1995) adalah :

1. Tidak berwujud (*Intangibility*)
2. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)
3. Berubah-ubah atau bervariasi (*Variability*)
4. Tidak tahan lama (*Perishability*)

2.5. Pengertian Kualitas Pelayanan

Nasution (2004) menyatakan, kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof (dalam Lovelock, 1998) yang dikutip oleh Nasution (2004) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan oleh pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan

pelanggan. Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan, karena pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan. J. Supranto (2006) menyatakan kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, oleh karena itu dalam memberikan pelayanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi pelayanan. Umumnya tujuan diadakannya pelayanan adalah agar konsumen merasakan adanya kepuasan dan dampak bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum.

Tjiptono (2001) menyimpulkan bahwa citra kualitas layanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen persepsi konsumen terhadap kualitas jasa merupakan penilaian yang menyeluruh terhadap keunggulan suatu jasa layanan.

2.6. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2011) terdapat lima dimensi kualitas jasa yang dijadikan pedoman oleh pelanggan dalam menilai kualitas jasa, yaitu:

- a. Bukti langsung (*Tangible*), yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan personil adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
- b. Empati (*Empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para

pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.

- c. **Kehandalan (*Reliability*)**, yaitu kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- d. **Daya tangkap (*Responsiveness*)**, yaitu keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap. Dengan penyampaian informasi yang jelas
- e. **Jaminan (*Assurance*)**, yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Terdiri dari komunikasi, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

2. 7. Manfaat Kualitas Pelayanan

Manfaat pelayanan terhadap konsumen menurut Tjiptono (2012) yaitu :

- 1. Pelayanan memperpanjang dasar hidup suatu produk yaitu pelayanan bukan saja bagian yang penting dari suatu produk, tapi juga memberikan pendapat dan keuntungan yang lebih besar melalui dasar hidup suatu produk.
- 2. Pelayanan dapat menambah nilai suatu produk yaitu adalah pelayanan dapat menambah nilai suatu produk secara langsung.

2. 8. Karakteristik Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2011) mengemukakan bahwa jasa memiliki empat karakteristik utama yaitu:

1. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Jasa adalah tidak nyata, tidak sama dengan produk fisik (barang). Jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, dibaui, atau didengar sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli jasa akan mencari tanda atau bukti dari kualitas jasa, yakni dari tempat, orang, peralatan, alat komunikasi, simbol, dan harga yang mereka lihat. Karena itu, tugas penyedia jasa adalah mengelola bukti itu mewujudkan yang tidak berwujud.

2. Tidak terpisahkan (*Inseparability*)

Pada umumnya jasa yang diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan, untuk selanjutnya apabila dikehendaki oleh seorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.

3. Bervariasi (*Variability*)

Jasa sangat bervariasi karena tergantung pada siapa, kapan dan di mana jasa tersebut disediakan.

4. Mudah lenyap (*Perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan. Daya tahan suatu jasa tidak akan menjadi masalah bila permintaan selalu ada dan pasti, karena menghasilkan jasa di muka adalah mudah. Bila permintaan berubah-ubah naik dan turun, maka masalah yang sulit akan segera muncul

2. 9. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjipto, kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Dalam kualitas pelayanan yang baik, terdapat beberapa jenis kriteria pelayanan, antara lain adalah sebagai berikut :

- 1. Ketepatan waktu pelayanan
- 2. Akurasi pelayanan
- 3. Sopan santun dan keramahan
- 4. Kemudahan mendapatkan layanan
- 5. Kenyamanan konsumen

Kualitas layanan harus dicapai dan dilakukan dengan sebuah tindakan, namun tindakan tersebut tidak berwujud dan mudah hilang, namun dapat dirasakan dan diingat. Dampaknya adalah konsumen dapat lebih aktif dalam proses mengkonsumsi produk dan jasa suatu perusahaan.

BAB III METODE PENELITIAN

3. 1. Desain Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Kasiram (2008) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan proses data-data yang berupa angka sebagai alat menganalisis dan melakukan kajian penelitian, terutama mengenai apa yang sudah diteliti.

3. 2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian mengenai kualitas pelayanan ini dilakukan di wilayah Pekanbaru dengan objek penelitiannya adalah Hotel Grand Elite Pekanbaru yang beralamat di jalan Riau komplek *Riau Business Centre*, Air Hitam, Payung Sekaki, Kota Pekanbaru, Riau, 28292. Penulis mengadakan penelitian dari bulan Februari 2019 - Mei 2019.

3. 3. Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah tamu dan *Key Informan*. *Informan* adalah orang-orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. *Key Informan* dalam penelitian ini yaitu, *Front Office Manager (1 orang)*, *Front Office Supervisor (1 orang)*, *Bell Captaint (1 orang)*, tamu reguler (1 orang), *Reception (1 orang)*. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi, kuisisioner dan dokumentasi.

3. 4. Jenis dan Sumber Data

3. 4. 1. Data primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari responden yang menginap di Grand Elite Hotel Pekanbaru yang berkaitan

dengan yang diteliti seperti respon konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh staff kantor depan Grand Elite Hotel Pekanbaru melalui kuesioner yang diberikan peneliti.

3. 4. 2. Data Sekunder

Yaitu data yang sudah tersedia pada Grand Elite Hotel Pekanbaru, yang diperoleh dari pimpinan seperti data tingkat hunian kamar dan struktur organisasi perusahaan.

3. 5. Teknik Pengumpulan Data

1.5.1. Observasi

Merupakan pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara diteliti. Observasi ini dilakukan untuk mengamati perilaku manusia, proses kerja, dan gejala masalah yang terjadi.

1.5.2. Wawancara

Merupakan pengumpulan data yang dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai, khususnya pihak internal Grand Elite Hotel Pekanbaru. Dalam hal ini penulis mewawascara *Front Office Manager*, *Front Office Supervisor*, *Reception*, *Bell Captain*, dan tamu reguler yang sering menginap di Grand Elite Hotel Pekanbaru untuk mendapatkan informasi yang lebih luas dan mendalam

1. 5. 3. Studi Dokumen

Merupakan pengumpulan data dengan cara mengumpulkan beberapa informasi tentang data dan fakta yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian.

1. 5. 4. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan secara tertulis kepada responden.

3. 6. Teknik Pengukuran

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*, yaitu yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau

sekelompok tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2015).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengukuran data dengan skala ordinal, yang berdasarkan rangking atau urutan dari jenjang yang paling tinggi ke rendah atau sebaliknya. Indikator-indikator dari variable sikap terhadap suatu objek merupakan titik tolak dalam membuat pernyataan atau pertanyaan yang harus diisi responden dengan menggunakan opsi dan akan diberi bobot skor atau nilai:

1. Sangat Setuju (SS) dengan skor 5
2. Setuju (S) dengan skor 4
3. Ragu-Ragu (RR) dengan skor 3
4. Tidak Setuju (TS) dengan skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1

3.7. Tabulasi Perhitungan Rentang

Rentang skor diketahui dari hasil perhitungan berikut:

Skor tertinggi = skor bobot tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Skor terendah = skor bobot terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Rentang indikator interval

$$= \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Kriteria Skor}}$$

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4. 1. Gambaran Hotel Grand Elite Pekanbaru

4. 1. 1. Sejarah Singkat Hotel

Grand Elite Hotel Pekanbaru merupakan hotel bintang 4 International Chain sebelumnya bernama Quality Hotel Pekanbaru. Quality Hotel Pekanbaru adalah salah satu brand dari grup Choice Hotel Indonesia. Quality Hotel Pekanbaru dioperasikan pada tanggal 26 Desember 2005. Pada tanggal 1 November 2017, Quality Hotel Pekanbaru berganti nama menjadi Grand Elite Hotel Pekanbaru yang merupakan salah satu brand dari grup Core Hospitality International. Grand Elite Hotel Pekanbaru merupakan perusahaan milik Bapak Deddy Handoko (PT. Asiacitra Riau Property) yang berasal dari

Medan, yang mana beliau berdomisili di Pekanbaru (dikelola oleh Peter Junaidi selaku President Director).

Grand Elite Hotel Pekanbaru yang memiliki 145 kamar berlokasi di Komplek Riau Business Center, Jl. Riau, Pekanbaru 28292, dimana lokasi ini kebanyakan masyarakat tionghoa yang tinggal di daerah tersebut dan di Komplek Riau Business Center banyak ditemukan tempat hiburan dan relaksasi juga restoran dan butik butik serta perkantoran

Dengan fasilitas yang dimiliki mulai area parkir yang luas, ruang kamar yang besar, lobby area yang luas dan dilengkapi wifi serta fasilitas perawatan yakni ruang SPA (Grand SPA) yang bisa dijadikan sebagai tempat bermanja sambil melakukan perawatan, Grand Elite Hotel Pekanbaru, hadir sebagai salah satu sarana pendukung pariwisata daerah yang siap memberikan tempat peristirahatan dan service bagi wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik yang berkunjung ke Pekanbaru. Kini setelah kurun waktu 11 tahun Grand Elite Hotel tumbuh dan berkembang, sungguh sangat disayangkan bila kita berkunjung ke Pekanbaru tanpa menyempatkan diri untuk melepas kelelahan di Grand Elite Hotel Pekanbaru. Keluarga Besar Grand Elite Hotel sangat berbangga bisa memberikan pelayanan yang terbaik kepada tamu-tamu Grand Elite Hotel Pekanbaru. (Sumber: HRD Grand Elite Hotel Pekanbaru, 2019)

4. 2. Kualitas Pelayanan Resepsionis di Grand Elite Hotel Pekanbaru

Dalam meningkatkan jumlah pengunjung di Grand Elite Hotel Pekanbaru, tentu saja pihak Grand Elite Hotel Pekanbaru harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan agar tamu selalu puas dengan pelayanan yang diberikan setiap kali berkunjung di hotel tersebut. Berikut hasil penelitian berdasarkan sub bariabile ntang kualitas pelayanan di Grand Elite Hotel Pekanbaru:

4. 2. 1. **Reability (Kehandalan)**

Berdasarkan observasi peneliti di lapangan, kehandalan yang terdapat di resepsionis Grand Elite Hotel Pekanbaru seperti ketepatan waktu karyawan dalam mengantar maupun menjemput tamu, kemampuan karyawan dalam memenuhi keinginan tamu, serta karyawan yang sigap. Yang dinilai disini adalah kesigapan karyawan dalam melayani tamu. Berikut wawancara peneliti tentang kualitas pelayanan resepsionis mengenai kehandalan yang terdapat di Grand Elite Hotel Pekanbaru dengan Bapak Doni selaku Front Office Supervisor:

“Segala permasalahan maupun permintaan yang diminta kepada karyawan resepsionis Grand Elite Pekanbaru selalu dilayani secara sigap, karyawan tidak pernah menolak atau melempar tugaskan segala permasalahan yang terjadi.”
(Sabtu, 4/05/2019. 13.27 WIB)

Berdasarkan observasi dan wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan resepsionis di Grand Elite Hotel Pekanbaru mengenai kehandalan begitu dibutuhkan karena setiap tamu pasti mempunyai keluhan dan ingin diselesaikan dengan sigap dan tanpa dilempar tugaskan sehingga tamu merasa kualitas pelayanan yang diberikan pihak hotel tidak baik.

4. 2. 2. **Responsiveness (Daya Tanggap)**

Berdasarkan observasi peneliti di lapangan, daya tanggap yang terdapat di resepsionis Grand Elite Hotel Pekanbaru seperti karyawan yang aktif dalam melayani tamu, karyawan memberi pelayanan yang tanggap, dan karyawan mengerti keinginan tamu. Yang dinilai disini adalah karyawan mengerti keinginan tamu. Berikut wawancara peneliti tentang kualitas pelayanan resepsionis mengenai daya tanggap yang terdapat di Grand Elite Hotel Pekanbaru dengan bapak Effendi selaku Front Office Manager:

“Dengan mengerti keinginan tamu, tamu akan lebih merasa diperhatikan sehingga hal tersebut dapat meningkatkan kualitas sebuah hotel, tidak masalah apakah karyawan mampu menyelesaikan atau tidak yang terpenting mengerti terlebih dahulu agar tamu tidak panik di awal atau memicu keributan.”
(Sabtu, 4/05/2019. 13.52 WIB)

Berdasarkan observasi dan wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan resepsionis di Grand Elite Hotel Pekanbaru mengenai daya tanggap begitu dibutuhkan karena mengertinya karyawan mengenai keinginan tamu dapat meredam emosi tamu saat adanya keinginan yang belum terpenuhi serta dapat menambah nilai kualitas sebuah hotel.

4. 2. 3. **Assurance (Jaminan)**

Berdasarkan observasi peneliti di lapangan, jaminan yang terdapat di resepsionis Grand Elite Hotel Pekanbaru seperti kejujuran yang menciptakan kepercayaan bagi tamu, kesopanan karyawan dalam melayani tamu, serta Grand Elite Hotel mampu menjamin kemampuan karyawan dalam memberi pelayanan.. Yang dinilai disini adalah kejujuran tamu yang menciptakan kepercayaan tamu. Berikut wawancara peneliti tentang kualitas pelayanan resepsionis mengenai kehandalan yang terdapat di Grand Elite Hotel Pekanbaru dengan salah satu tamu reguler:

“Kepercayaan adalah hal tersulit yang bisa diberikan, tetapi kejujuran karyawan resepsionis Grand Elite Hotel Pekanbaru mampu menciptakan kepercayaan bagi tamu. Contohnya saja ketika barang tamu yang tertinggal di kamar tetapi tamu terlanjur check-out, barang tersebut tidak akan hilang meskipun tamu kembali setelah beberapa hari kemudian.”
(Sabtu, 4/05/2019. 15.38 WIB)

Berdasarkan observasi dan wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan resepsionis di Grand Elite Hotel Pekanbaru mengenai jaminan begitu dibutuhkan karena kejujuran adalah kunci utama untuk mendapat kepercayaan tamu, sekali saja tamu merasa dicurangi selamanya tidak akan pernah kembali lagi. Hal tersebut dapat mengakibatkan kualitas pelayanan di hotel dinyatakan buruk.

4. 2. 4. **Empathy (Empati)**

Berdasarkan observasi peneliti di lapangan, empati yang terdapat di resepsionis Grand Elite Hotel Pekanbaru seperti keramahan tamu, karyawan memberikan informasi dengan jelas, dan karyawan peduli terhadap kebutuhan tamu. Yang dinilai disini adalah karyawan yang ramah. Berikut wawancara peneliti tentang kualitas pelayanan resepsionis mengenai empati yang terdapat di Grand Elite Hotel Pekanbaru dengan bapak Fajri selaku Reception:

“Yang paling dapat dirasakan adalah keramahan karyawan setiap melayani tamu, karyawan selalu berusaha menyapa tamu setiap kali melakukan kontak mata, keramahan yang diberikan dapat membuat para tamu merasa puas, dihormati, dan dihargai.” (Sabtu, 4/05/2019. 14.23 WIB)

Berdasarkan observasi dan wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan resepsionis di Grand Elite Hotel Pekanbaru mengenai empati begitu dibutuhkan terutam keramahan karyawan, begitu tamu memijakkan kaki di lobby hotel hal pertama yang langsung dinilai dari karyawan adalah keramahannya yang bisa meningkatkan kualitas pelayanan di hotel tersebut.

4. 2. 5. **Tangibels (Bukti Fisik)**

Berdasarkan observasi peneliti di lapangan, bukti fisik yang terdapat di resepsionis Grand Elite Hotel Pekanbaru seperti fasilitas yang lengkap, adanya

telepon di setiap kamar yang mempermudah tamu dalam berkomunikasi dengan karyawan, serta adanya fasilitas gratis berupa *breakfast*, *SPA*, dan *wifi* yang memuaskan tamu. Yang dinilai disini adalah fasilitas resepsionis Grand Elite Hotel Pekanbaru yang lengkap. Berikut wawancara peneliti tentang kualitas pelayanan resepsionis mengenai bukti fisik yang terdapat di Grand Elite Hotel Pekanbaru dengan bapak Gunawan selaku *Bell Captain*:

“Fasilitas di Grand Elite Hotel Pekanbaru sudah sangat memadai, yang terpenting adalah operasional berjalan dengan lancar itu sudah cukup.” (Sabtu, 4/05/2019. 14.46 WIB)

Berdasarkan observasi dan wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan resepsionis di Grand Elite Hotel Pekanbaru mengenai bukti fisik begitu dibutuhkan karena bukti fisik membuktikan bahwa adanya pembaharuan dari pihak manajemen tentang kelengkapan fasilitas dan juga bukti fisik tersebutlah yang dapat dilihat oleh tamu secara langsung mengenai adanya kualitas berupa fasilitas yang tersedia.

4.3.Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan Resepsionis di Grand Elite Hotel Pekanbaru

Tabel 4.14 Rekapitulasi Hasil Skor Tanggapan Responden

Varia bel	Dime nsi	Indikator	Skor	Kate gori Tota l
Kuali tas Pelay anan Resep sionis	Reabi lity	Karyawan Grand Elite Hotel Pekanbaru tepat waktu dalam mengantarkan maupun menjemput tamu	203	202. 33

		Karyawan Grand Elite Hotel Pekanbaru yang mampu memenuhi keinginan tamu	200	
		Karyawan Grand Elite Hotel Pekanbaru yang sigap	204	
		Total Skor	607	Setuju
	Responsive	Karyawan Grand Elite Hotel Pekanbaru aktif dalam melayani tamu	210	211.67
		Karyawan Grand Elite Hotel Pekanbaru memberi pelayanan dengan tanggap	208	
		Karyawan Grand Elite Hotel Pekanbaru mengerti keinginan tamu	217	
		Total Skor	635	Sangat Setuju
	Assurance	Kejujuran karyawan Grand Elite Hotel Pekanbaru mampu menciptakan kepercayaan bagi tamu	223	219.33
		Kesopanan karyawan Grand Elite Hotel Pekanbaru dalam melayani tamu	217	
		Grand Elite Hotel Pekanbaru menjamin kemampuan karyawan dalam	218	

		memberi pelayanan		
		Total Skor	658	Sangat Setuju
	Emphaty	Karyawan Grand Elite Hotel Pekanbaru yang ramah	220	204.33
		Karyawan Grand Elite Hotel Pekanbaru memberi informasi yang jelas	200	
		Karyawan Grand Elite Hotel Pekanbaru peduli terhadap kebutuhan tamu	193	
		Total Skor	613	Setuju
	Tangibles	Fasilitas resepsionis Grand Elite Hotel Pekanbaru yang lengkap	193	185.33
		Adanya telepon di setiap kamar yang memudahkan tamu untuk berkomunikasi dengan karyawan	181	
		Adanya fasilitas gratis berupa <i>breakfast</i> , <i>SPA</i> , dan <i>wifi</i> yang memuaskan tamu	182	
		Total Skor	556	Setuju

Dari tabel 4.14 di atas dapat dijelaskan bahwa rekapitulasi hasil skor tanggapan responden berdasarkan pernyataan dari setiap sub variabel

menunjukkan total skor dari Reability adalah 607 berkategori setuju, total skor Responsiveness adalah 635 berkategori sangat setuju, total skor Assurance adalah 638 berkategori sangat setuju, total skor Emphaty adalah 613 berkategori setuju, total skor Tangibels adalah 556 berkategori setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa para responden menyatakan setuju terhadap kualitas pelayanan yang ada di Grand Elite Hotel Pekanbaru.

Daftar Pustaka

- Bardi. 2007. *Hotel Front Office Management 4th ed.* John Willey&Sons. New Jersey.
- Bagyono. 2012. *Teori dan Praktek Hotel Front Office.* Bandung. Alfabeta.
- Fandy Tjiptono. 2001. *Manajemen Jasa.* Edisi Kedua. Yogyakarta. Andi Offset.
- Fandy Tjiptono. 2002. *Manajemen Jasa.* Yogyakarta. Andi.
- Fandy Tjiptono. 2005. *Pemasaran Jasa.* Edisi Pertama. Yogyakarta. Bayumedia Publisng.
- Fandy Tjiptono. 2005. *Service, Quality Satisfaction.* Yogyakarta. Andi Offset.
- Fandy Tjiptono. 2011. *Service Management* Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2. Yogyakarta. Andi.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Pemasaran Strategik.* Yogyakarta. ANDI.
- Gerson, Richard. F. 2004. *Mengukur Kepuasan Pelanggan, PPM,* Jakarta.
- Kasiram, Moh. 2008. *Metodologi Penelitian.* Malang: UIN-Malang Pers.
- Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II.* Jakarta. PT. Indeks.
- Kotler. 1995. *Marketing jilid II.* Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta
- Nasution. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar.* Jakarta. Diadit Media.
- Payne. 2000. *Pemasaran Jasa. The Essence of Service Marketing.* Yogyakarta. Andi.
- Putri, R. A. E. (2017). *Analisis peningkatan kualitas pelayanan pada anggota bmt anda kantor cabang ampel [skripsi].* Salatiga (ID): Institut Agama Islam Negeri.
- Ratminto dan Atik Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan.* Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Sugiarto, Endar. 2004. *Operasional Kantor Depan Hotel.* Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan.* Cetakan Ketiga. Rineka Cipta. Jakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods).* Bandung: Alfabeta.
- Wijaya Tony, 2011. *Manajemen Kualitas Jasa.* Jakarta. PTIndeks
- Yamit, Zulian. 2010. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa.* Yogyakarta. Ekonesia.
- Yazid. 1999. *Pemasaran Jasa, Konsep dan Implementasi.* Yogyakarta : Fakultas Ekonomi UII.
- Nurhasyimad. (2010). Bab 2 Tjauan Pustaka 2.1 Pengertian Pelayanan. <http://www.damandiri.or.id/file/nurhasyimadunairbab2.pdf>. (di akses tanggal 30 desember 2001 jam 14.20).