

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT KEPUASAN TAMU DI HOTEL PRAMESTHI KARTASURA

Oleh
Sugiman

(Dosen pada Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta)

ABSTRAK :

Rumusan dalam penelitian adalah seberapa besar pengaruh kecepatan, ketepatan, keramahandan fasilitas terhadap kepuasan tamu di Hotel Pramesthi Kartasura. Tujuan penelitian adalah 1. untuk mengetahui faktor- faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan tamu 2. untuk mengetahui faktor- faktor dalam pelayanan prima yang telah diterapkan untuk mengetahui kepuasan tamu 3. untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan Hotel Pramesthi dengan menggunakan analisis SWOT 4. untuk membuat langkah strategis dalam perbaikan dan peningkatan pelayanan prima sehingga memperoleh kepuasan tamu berdasarkan hasil penelitian dan analisis SWOT yang telah dilakukan. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 60 orang tamu yang menginap di Hotel Pramesthi Kartasura, dipilih dengan metode Convenience Sampling, teknik yang diambil adalah quesioner dan analisis SWOT. Hasil dari quisioner adalah X1= 2,105 dibandingkan dengan t table = 1,960. X2 = 2,482 dibandingkan dengan t table= 1,960. X3= 2,211 dibandingkan dengan t table = 1,960. X4 = 2,302 dibandingkan dengan t table = 1,960. hal ini berarti X1 (kecepatan), X2 (ketepatan), X3 (keramahan) dan X4 (fasilitas) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan tamu. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa perlu segera menerapkan langkah- langkah strategis untuk peningkatan pelayanan dan peningkatan pemasaran agar hasil yang dicapai dapat seoptimal mungkin.

Kata Kunci : kecepatan, ketepatan, keramahan, fasilitas, kepuasan tamu

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Industri pariwisata dan perhotelan adalah industri individual terbesar di dunia dan penyumbang terbesar bagi pembangunan ekonomi global. Di seluruh dunia, industri yang berubah sangat cepat ini menghasilkan lebih dari 2,5 triliun dollar setiap tahunnya dan menyediakan lapangan pekerjaan bagi 112 juta orang lebih. Dalam artian pendapatan total, investasi, dan lapangan pekerjaan, perhotelan adalah juga industri yang tumbuh paling cepat.

Sebuah hotel yang baik adalah yang mampu mendapatkan keuntungan dengan memberikan kepuasan bagi para tamunya. Di dalam hotel kita harus mencoba untuk memberikan motivasi para karyawan untuk memahami tentang pentingnya memberikan

kepuasan kepada tamu. Kepuasan diartikan sebagai suatu keadaan dalam diri seseorang, dimana ia telah berhasil mendapatkan sesuatu yang menjadi kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginannya. Sedangkan kebutuhan adalah kondisi seseorang untuk memiliki sesuatu yang tidak dipunyai, dan sesuatu itu adalah wajib bagi dirinya. Adapun keinginan dapat diartikan sebagai sesuatu kondisi seseorang yang merasakan kekurangan terhadap sesuatu yang lazim bagi dirinya. Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks, oleh James A. Fitzsimmons pelayanan melalui lima prinsip dimensi pelayanan sebagai tolok ukurnya yaitu : Reliabilitas, responsive, kepastian/jaminan, empati, nyata.

Untuk membuat agar pelanggan bahagia atau merasa puas, perlu tindakan mendasar menanggapi keluhan pelanggan. Semakin baik pelayanan keluhan pelanggan akan semakin berhasil kita melakukan penjualan suatu produk atau jasa. Jatuh bangunnya suatu usaha atau suatu industri, selain disebabkan ada kesalahan dalam manajemen, biasanya disebabkan kekurangtahuan para manajer akan kebutuhan pelanggan, tidak mengetahui secara persis tentang produk dan jasa yang ia jual, tidak tahu memberikan pelayanan kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa puas, melebihi apa yang dapat diberikan oleh pesaing. Dengan demikian memberikan apa yang diinginkan pelanggan dengan pelayanan prima merupakan satu-satunya cara memuaskan pelanggan agar merasa bahagia.

Hotel Pramesthi merupakan sebuah hotel yang dikonsepsi secara profesional, sehingga juga berusaha menerapkan pemasaran dengan pendekatan relasional, hal ini ternyata mampu menarik kunjungan tamu. Pemenuhan kebutuhan, kesenangan dan kepuasan tamu (*Customer Satisfaction*) akan lebih baik dioptimalkan. Hotel Pramesthi memandang untuk mempertahankan pelanggan lebih sulit daripada mencari pelanggan, maka pendekatan pendekatan pribadi yang bersifat pendekatan dari hati kehati merupakan sebuah langkah yang bijak untuk menarik kembali kunjungan tamu.

Uraian di atas menunjukkan betapa pentingnya sebuah layanan prima (*excellent services*) diberikan pengelola hotel kepada pelanggannya agar mereka mendapatkan apa yang diinginkan, apa yang dibutuhkan, dan apa yang dicari dan didambakan dengan tingkat kepuasan yang optimal. Inilah yang kelihatannya penting untuk ditelaah lebih lanjut bahwa krisis bisnis pariwisata dan perhotelan dapat dijawab dengan pendekatan pelayanan dan memberikan informasi yang sesuai dengan porsinya. Oleh karena itu, penulis ingin membuat studi kasus yaitu "Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi

Tingkat Kepuasan Tamu Di Hotel Pramesthi Kartasura."

PERUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Seberapa Besar Pengaruh Kecepatan, Ketepatan, Keramahan, dan Fasilitas Terhadap Tingkat Kepuasan Tamu di Hotel Pramesthi Kartasura.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui factor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan tamu di Hotel Pramesthi Kartasura.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor dalam pelayanan prima yang telah diterapkan untuk mencapai kepuasan tamu di Hotel Pramesthi Kartasura.
3. Untuk membuat langkah strategis (Siasatilah Tantangan dan Rintangan Ancaman dengan Teliti Efektif Genap dan Intensif) dari hasil analisis SWOT untuk perbaikan dan peningkatan pelayanan prima untuk memperoleh kepuasan tamu di Hotel Pramesthi Kartasura.

LANDASAN TEORI

Definisi Industri Hospitality (Hotel)

Industri pariwisata adalah suatu istilah yang menjelaskan tentang multi sektoral, multi usaha dan bahkan lintas sektoral meliputi berbagai usaha yang berkaitan erat dengan kepariwisataan dari berangkat sampai dengan kembali ke daerahnya (negaranya). S.Medlek mengatakan : "*Tourism industry term to describe firms and establishment providing attractions, facilities and services for tourists, economic activities are normally grouped into industries according to the products. Tourism related industries term sometimes used for industries services tourists directly and to a greater or lesser extent dependent on tourism for their business. The main industries normally included are hotel and catering services, transport, retail distribution, recreational and*

cultural services, i.e. accommodation, food and drink, transport, tourist attraction, travel agen”.

Dalam arti sempit yang dimaksud dengan hotel adalah suatu kamar (room) atau tempat dimana pengunjung dapat tidur/menginap. Hotel dalam hal ini hanya berarti penginapan saja. Sedangkan dalam arti luas, hotel dikatakan sebagai tempat bukan saja untuk menginap dimana seseorang dapat tidur, istirahat, tetapi juga mendapatkan makan-minum dan terpenuhi kebutuhan lainnya. Bertitik tolak dari unsur itu, hotel adalah sejenis akomodasi, yang menyediakan fasilitas dan pelayanan penginapan, makan dan minum serta jasa-jasa lainnya untuk umum yang tinggal untuk sementara waktu, dan dikelola secara komersial.

Tinjauan tentang Hotel Pramesthi Kartasura

Hotel Pramesthi Kartasura terletak di Jl. Ahmad Yani 101, Kartasura, Sukoharjo. Sesuai letaknya hotel ini memang sangat strategis, karena berada di jantung kota Kecamatan Kartasura, dimana merupakan persimpangan jalur utama menuju kota Solo, Jogja dan Semarang. Hotel Pramesthi yang merupakan anak cabang perusahaan PT Pramesthi Propertindo Wisata yang berpusat di Jakarta. Hotel Pramesthi Kartasura juga memiliki ruang meeting yang telah ada sudah berkali-kali dipakai untuk berbagai pertemuan maupun pelatihan, baik skala lokal, propinsi, maupun nasional baik dari pihak swasta maupun negeri dan dapat juga untuk pesta perkawinan. Sehingga selain fasilitas yang bisa dijual, juga dibuat taman, hiasan yang memperindah keindahan dan keasrian dari Hotel Pramesthi, tak kalah menariknya lagi hiasan-hiasan yang dibuat bukan hanya sekedar hiasan biasa namun berupa pahatan-pahatan relief cerita Ramayana dari Candi Prambanan, yang menambahkan suasana tradisional. Ditambahkan Front Office hotel juga dibuat joglo yang merupakan bangunan

khas Jawa, yang pada saat sekarang ini jarang sekali ditemui di Jawa sendiri.

Definisi Kualitas Jasa

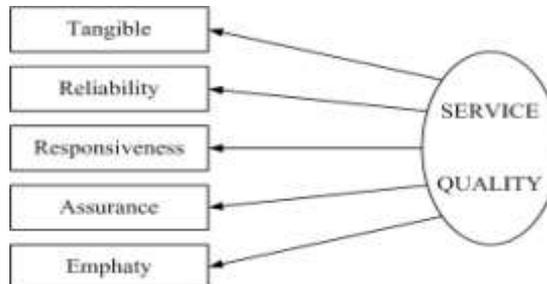
Parasuraman (1985) mendefinisikan kualitas jasa adalah suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari pada kinerja suatu jasa, yaitu perbandingan terhadap keterandalan (*exelence*) dalam *service encounter* yang dilakukan oleh konsumen. Bitner (1990) dan Bitner at, al (1994) mengemukakan bahwa kualitas jasa merupakan keseluruhan kesan konsumen terhadap inferioritas atau superioritas organisasi beserta jasa yang ditawarkan. Kronin and Taylor (1992) berpendapat bahwa ketiadaan ukuran yang obyektif merupakan sebuah pendekatan yang tepat untuk memperkirakan kualitas jasa dari suatu perusahaan jasa adalah mengukur kinerja jasa yang dikonsumsi oleh konsumen atau pelanggan.

Dalam Servqual yang dikembangkan Parasuraman (1988) dikemukakan ada lima determinan . Lima determinan tersebut antara lain :

1. *Reliability* (Kehandalan) yaitu : kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
2. *Responsiveness* (Ketanggapan) yaitu : kemauan perusahaan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
3. *Assurance* (Keyakinan) yaitu : pengetahuan dan keramah-tamahan para karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
4. *Emphaty* (Kepedulian) yaitu : syarat untuk peduli dan memberi perhatian secara pribadi kepada para pelanggannya.
5. *Tangible* (Berwujud) yaitu : penampilan serta fasilitas fisik peralatan, personal dan media komunikasi.

Pengaruh (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty*) terhadap *Service Quality conceptual Model of*

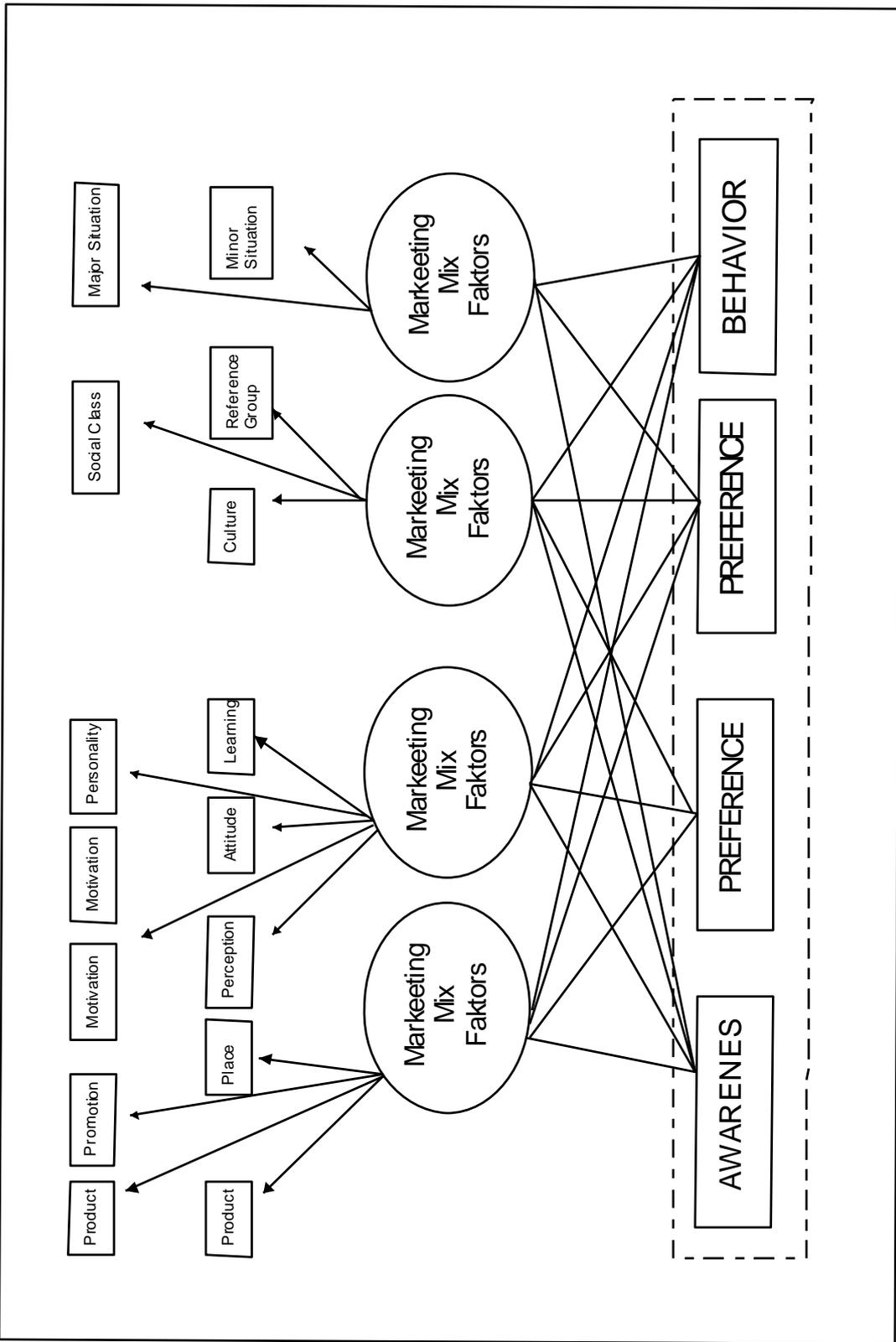
service quality and implications for future research, Journal of marketing 49 (fall) 41-49.



Sumber : Parasuraman,A, Valerie A.Zeithaml and Leonard L.Berry (1995)

Seperti yang telah diutarakan sebelumnya, perilaku konsumen yang dibahas dalam buku ini adalah yang berasal dari konsumen individu yang bertindak sebagai pembeli. Kelompok konsumen ini dapat mengadaptasi beberapa model perilaku yang telah dirumuskan oleh beberapa ahli. Model tentang teori pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen khususnya konsumen individu dibentuk oleh berbagai pendekatan dan khususnya konsumen individu dibentuk oleh berbagai pendekatan dan bidang keilmuan, seperti ekonomi, sosiologi, psikologi, pemasaran, hingga bidang politik (Darmawan, 2003).

Model Perilaku Konsumen



Persamaan dari model-model perilaku konsumen yang telah ditunjukkan adalah pengaruh-pengaruh yang terlibat dalam proses pengambilan keputusan pembelian berasal dari dua pengaruh utama, yaitu pengaruh eksternal dan pengaruh internal. Pengaruh eksternal meliputi pengaruh yang berasal dari keadaan lingkungan sekitar, sosial-budaya, dan situasional berkaitan dengan proses pembelian. Pengaruh internal berkaitan dengan pengaruh-pengaruh berkaitan dengan keadaan psikologis seseorang seperti motivasi, sikap, persepsi, dan pembelajaran.

Dari persamaan-persamaan model yang menunjukkan dua pengaruh utama yang mempengaruhi keputusan pembelian, maka pembahasan selanjutnya adalah mengenai komponen-komponen penyusun kedua pengaruh tersebut. Penulis membagi secara keseluruhan dua pengaruh tersebut menjadi empat faktor, yaitu faktor bauran pemasaran, faktor psikologi, faktor sosial-budaya, dan faktor situasional.

Definisi Pelayanan Prima (Service Excellent)

Pelayanan dapat didefinisikan sebagai suatu aktivitas ekonomi yang memproduksi menghasilkan waktu, tempat, bentuk dan kebutuhan atau keperluan psikologis. Pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang memiliki sifat kebalikan dari barang. Barang adalah obyek yang dapat dilihat, dibentuk dan dijual atau disimpan dan dipergunakan kemudian. Pelayanan adalah sesuatu yang tidak tampak dan mudah hilang. Kesemua elemen-elemen pelayanan tersebut dikonsumsi bersamaan atau hampir secara bersamaan.

Dari ketiga perencanaan tersebut yang sifatnya strategic, namun juga taktis adalah bagaimana kita sebagai perusahaan harus dapat memberikan sesuatu produk atau jasa yang baik bagi tamu kita yang disebut service excellent. Pelayanan prima atau service excellent adalah suatu sikap atau cara karyawan dalam memberikan pelayanan yang memuaskan tamu (*Guest Satisfaction*).

Untuk dapat memberikan pelayanan yang memuaskan tersebut paling tidak diperlukan empat unsur utama yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan, dan fasilitas.

1. Kecepatan

Bagi perusahaan termasuk hotel yang memberikan jasa pelayanan kepada pelanggan perlu kontak langsung, maka pelayanan cepat tersebut sangat penting. Pelanggan dapat memberikan penilaian buruk atas jasa perusahaan hanya karena pelayanan yang lambat, dengan tidak lagi memberikan nilai lebih pada faktor-faktor lainnya.

2. Ketepatan

Hal ini diartikan tidak ada kesalahan atas produk yang diberikan atau dibeli pelanggan, misalnya pesanan yang diterima pelanggan sesuai dengan harapannya, baik ukuran desain warna dan lainnya, jasa perjalanan yang tepat waktu dan tiba juga tepat waktu sesuai dengan janji dan sebagainya.

3. Keramahan

Berkaitan dengan para karyawan dalam perusahaan tersebut untuk menanggapi dan bersikap kepada pelanggan sapaan yang bersahabat ketika pelanggan datang, senyuman yang wajar, raut muka yang ceria merupakan hal-hal yang sangat penting dan berarti bagi pelanggan.

4. Fasilitas

Fasilitas dimaksudkan sebagai suatu sarana penunjang dari pelayanan prima itu sendiri, misalnya ruangan yang representatif, peralatan yang modern, fasilitas ini adalah sesuatu yang berwujud dan dapat dinikmati secara langsung oleh tamu.

Definisi Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction)

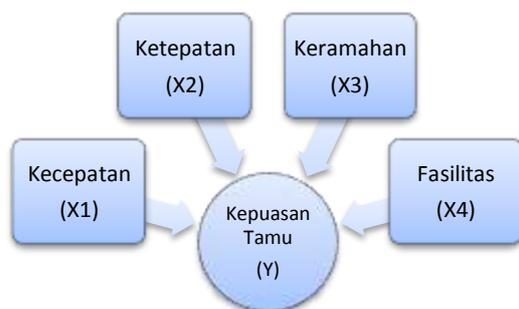
Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berawal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapan. Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan, jika kinerja berada di

bawah harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang, sehingga akan tercipta loyalitas pelanggan (*Customer loyalty*).

Grewal, Brown (1994) menyatakan bahwa kepuasan konsumen terhadap suatu jasa berkaitan dengan proses konfirmasi dan diskonfirmasi dengan harapan. Kepuasan akan berhubungan dengan pengalaman diskonfirmasi yang merupakan pengalaman personal yang sesungguhnya.

KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dilihat seperti dibawah ini :



HIPOTESA

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

1. Adanya pengaruh yang positif pelayanan prima terhadap tingkat kepuasan tamu di Hotel Pramesthi Kartasura.
2. Adanya pengaruh yang positif tingkat kepuasan tamu terhadap kunjungan kembali ke Hotel Pramesthi Kartasura.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian **deskriptif kuantitatif**. Yang dimaksudkan adalah dengan menggunakan sejumlah peristiwa atau gejala yang sedang berlangsung. Penelitian ini digunakan untuk memahami hubungan pelayanan prima yang disajikan oleh pihak hotel dengan kepuasan tamu. Untuk menguji hipotesis digunakan

studi korelasional yaitu keterkaitan antara satu variable dengan variable yang lain dengan penekanan pada indeks determinasi.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh subyek atau objek dengan karakteristik tertentu yang akan diteliti. (Aziz Alimul, 2003). Populasi dalam penelitian ini difokuskan pada tamu/pelanggan ada saat penelitian dilakukan di Hotel Pramesthi Kartasura berjumlah kurang lebih 600 orang.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Ronald (1995) mendefinisikan sampel adalah suatu himpunan bagian dari populasi. Cara pengambilan sampel menggunakan metode sampel random sederhana yaitu metode yang digunakan dengan memberi hak yang sama kepada setiap subyek untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel. Dalam hal ini sample penelitian menurut Slovin diatas 100 populasi, diambil representative 10% dengan demikian sample berjumlah 60 orang dari 600 orang populasi.

Teknik Pengumpulan Data

1. Studi Lapangan

Metode ini merupakan penelitian langsung ke lapangan (field research) guna mengetahui keadaan dan memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dengan beberapa cara yaitu :

a. Wawancara (Interview)

Metode ini dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan secara langsung kepada karyawan yang berkepentingan yaitu staff dari Hotel Pramesthi Kartasura.

b. Pengamatan (Observasi)

Pengamatan adalah mendapatkan data secara langsung dengan meninjau dan

mengamati objek penelitian dengan praktek kerja pada tempat yang akan diteliti dan dicari sumber informasinya.

c. Kuisisioner (Pertanyaan)

Metode ini adalah metode pertanyaan terbuka dengan penulisan penelitian ini. Data yang diperoleh bersumber dari buku, catatan tertulis, dan referensi lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian sebagai referensi landasan teori dalam penulisan.

Sumber Data

1) Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh dengan jalan dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari objek yang diteliti dengan beberapa orang yang terkait, yaitu tamu dari Hotel Pramesthi Kartasura.

2) Data Sekunder

Data yang merupakan hasil pengumpulan orang atau instansi lain dalam bentuk publikasi yang kita teliti.

Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik yang digunakan dalam pengambilan sample adalah dengan menggunakan teknik secara *purposiverandom sampling* yaitu penarikan sample dilakukan atas dasar pertimbangan pribadinya, namun dapat pula dilakukan berdasarkan pertimbangan para ahli. Sample yang dipilih oleh objek yang tidak hanya sebagai pelaku tetapi juga memahami seluk beluk permasalahan penelitian menjadi focus kerja peneliti. Data tersebut diperoleh dari kuisisioner yang kemudian diolah mencapai hasil rata-rata dengan menggunakan rumus :

$$Ps = \frac{n}{N} \times 100\%$$

Ps : prosentase

n : Jumlah responden yang menjawab

N : Jumlah total responden

Agar data hasil dari penelitian ini dapat diinterpretasikan lalu ditarik kesimpulan, maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *program SPSS 11.0 for window*. Analisis yang akan digunakan pada penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji correlation dan analisis regresi linier berganda.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas (dalam hal ini berupa dimensi kualitas layanan berupa *kecepatan, ketepatan, keramahan, dan fasilitas* dan untuk dapat mempengaruhi atau menjelaskan variabel terikat, yaitu *kepuasan tamu* dengan menggunakan rumus persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Y = kepuasan tamu

a = konstanta

b = koefisien

X1 = kecepatan

X2 = ketepatan

X3 = keramahan

X4 = fasilitas

Sedangkan Uji Reliabilitas untuk data hasil kuisisioner ditunjukkan oleh nilai *Cronbach's Alpha* (α) untuk menilai konsistensi dan kehandalan seluruh indikator yang digunakan dalam kuisisioner penelitian ini. Uji Validitas dilakukan untuk menguji keakuratan atau tingkat kebenaran dari seluruh indikator dalam kuisisioner. Uji Correlation menggunakan teknik *pearson-product moment* untuk mengukur hubungan antar variabel bebas dan terikatnya baik secara parsial maupun simultan.

HASIL PENELITIAN

Deskripsi Lokasi Penelitian

Hotel Pramesthi Kartasura terletak di Jl. Ahmad Yani 101, Kartasura, Sukoharjo. Sesuai letaknya hotel ini memang sangat strategis, karena berada di jantung kota Kecamatan Kartasura, dimana merupakan persimpangan jalur utama menuju kota Solo, Jogja dan Semarang. Hotel Pramesthi yang merupakan anak cabang perusahaan PT Pramesthi Propertindo Wisata yang berpusat di Jakarta.

Pada awalnya, Hotel Pramesthi hanya menyediakan fasilitas kamar yang berjumlah 58 kamar, yang terdiri dari 5 kamar Motel, 12 kamar Moderate, 8 kamar Standart AC, 5 Standart fan, 14 kamar Standart Lantai II, dan 14 kamar Standart lantai III. Pada perkembangannya semua kamar dipugar dan direnovasi dan ada yang menjadi ruangan meeting, restaurant, lobby dan perubahan lain sesuai kebutuhan. Sampai sekarang beroperasi dengan fasilitas 2 ruang meeting, 2 restaurant, dan 64 kamar. Kamar yang sekarang tersedia meliputi 1 Kamar President Suite, 1 Kamar Executive suite, 8 Kamar Executive, 13 kamar Deluxe, 13 Superior, 14 Moderate, dan 14 Standart.

Struktur Organisasi Hotel Pramesthi

Dalam skema atau struktur organisasi tersebut terdapat jabatan dengan tugas masing-masing yang tentu berbeda. Secara umum dan singkat maksud dan tugas dari masing-masing jabatan diatas, antara lain :

1. Manager Merupakan pimpinan perusahaan, yang merencanakan, mengatur serta menjalankan operasional hotel, sekaligus mengadakan pengontrolan terhadap hasil kerja karyawan. Secara umum tanggung jawab hotel baik dalam maupun keluar merupakan tanggung jawab manager. Manager secara organisasi bertanggung jawab kepada pemilik hotel.

2. Front Office Koordinator Pimpinan dari bagian Front Office Department yang bertugas mengkoordinir penerimaan pesanan, penerimaan tamu datang dan berangkat atau dalam kata lain penjualan kamar serta fasilitas lainnya. Front office coordinator bertanggung jawab kepada manager hotel.
3. House Keeping Koordinator Adalah pimpinan House Keeping Department yang bertugas mengkoordinir keindahan, kerapian, kebersihan, kelengkapan serta kenyamanan dari seluruh area di hotel. House keeping koordinator bertanggung jawab kepada manager hotel.
4. Accounting Koordinator Bertugas mengatur keuangan hotel, sekaligus melakukan pengawasan terhadap semua aktifitas keuangan hotel. Accounting coordinator bertanggung jawab kepada manager hotel.
5. Food and Beverage koordinator Melakukan pengaturan menu masakan yang siap disajikan untuk tamu sekaligus menu untuk karyawan, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan penyediaan makanan dan minuman.
6. Marketing Manager Mempromosikan Hotel dengan segala fasilitasnya agar dikenal oleh konsumen, sekaligus bertanggung jawab atas segala negosiasi penawaran harga sehubungan dengan fasilitas yang diberikan kepada tamu sesuai dengan kebutuhan.
7. Marketing Staff Membantu tugas Marketing Manager dalam promosi dan kesepakatan harga dengan tamu, sekaligus bertugas menyusun administrasi di Marketing dengan baik agar semua event berjalan dengan lancar.

8. Reception Bertugas menerima pesanan, menerima tamu yang datang dan yang akan meninggalkan hotel, juga menerima segala keluhan tamu. Selain itu dia juga merupakan sumber informasi bagi bagian lain di hotel.
9. Conchierge Bertugas mengantarkan tamu dan membawabarang bawaan tamu yang datang maupun yang check out serta menjelaskan fasilitas-fasilitas yang ada di hotel, membantu tamu yang pindah kamar juga membantu tamu yang akan berangkat meninggalkan hotel sekaligus memeriksa keadaan kamar.
10. Reservation Bertugas menerima dan mencatat pesanan kamar maupun fasilitas yang ada di hotel dari tamu-tamu hotel yang memesan kamar maupun memesan pelayanan lain di hotel.
11. Telephone operator Bertugas menerima dan menyalurkan telephone baik dari dalam maupun luar hotel.
12. Cashier Bertugas menerima pembayaran dari semua rekening tamu, baik tamu rombongan maupun tamu perorangan. Tagihan-tagihan tamu yang belum terbayar nantinya juga dilayani oleh petugas Cashier.
13. Roomboy Bertugas menjaga keindahan, kerapian, kebersihan, kelengkapan, keserasian kamar-kamar untuk tamu hotel yang menjadi area tugasnya.
14. Houseman Menjaga kebersihan, kerapian ruang meeting, toilet umum, serta semua area umum yang ada di hotel.
15. Laundry Clerk Bertugas mengadakan pencucian dan penyerikaan barang milik hotel maupun cucian dari tamu hotel maupun dari luar hotel yang mencucikan di hotel.
16. Engineering Clerk Bertugas mengadakan pengontrolan, perbaikan fasilitas-fasilitas yang ada di hotel terutama tentang listrik dan mekanik. Dan mengecek keluhan-keluhan yang berhubungan dengan mekanik.
17. General Cashier Bertugas menerima seluruh penerimaan keuangan dari semua bagian di hotel, baik dari FO Cashier maupun FB Cashier pada setiap harinya, dan akan membuat pelaporan keuangan secara keseluruhan.
18. Waiter/s Bertugas melayani pelayanan makan dan minuman baik yang berada di restaurant maupun mengantar kedalam kamar.
19. Cook Bertugas memasak masakan yang disajikan kepada tamu, sekaligus yang disiapkan untuk karyawan.
20. Store Bertugas mengadakan pembelian, penggudangan & pengeluaran barang serta menjaga kualitas dan kuantitas barang yang ada di gudang.

Transportasi Dan Aksesibilitas

Hotel Pramesthi Kartasura merupakan Hotel Family & Business Hotel, dimana tamu yang menginap di Hotel Pramesthi mayoritas dari keluarga dan para pebisnis yang biasanya melakukan perjalanan dari suatu kota ke kota lain dengan menggunakan kendaraan pribadi maupun pesawat terbang. Terhadap para tamu yang menggunakan pesawat terbang Hotel Pramesthi menyediakan layanan antar jemput ke bandara. Lokasi Hotel yang sangat strategis karena berada di pusat pertigaan kota besar, yaitu Jogja Solo dan Semarang, serta dekat

dengan bandara merupakan daya tarik tersendiri bagi para tamu yang akan datang ke Solo dan sekitarnya untuk memilih akomodasi. Hotel Pramesthi juga berada di tengah-tengah pusat perdagangan kota Kartasura dengan beberapa mall maupun pasar. Berikut gambaran tentang waktu yang dibutuhkan dari Hotel menuju tempat – tempat tujuan antara lain :

1. Adi Sumarmo International Airport : 5 – 10 menit dari hotel
2. Shopping Center : 5 – 10 menit dari Hotel
3. Stasiun Balapan Solo : 20 – 25 menit dari hotel
4. Obyek Wisata Kraton Kasunan, Mangkunegaran, Triwindu : 20 – 25 menit

(Sumber brosur Hotel Pramesthi)

Fasilitas Hotel

Fasilitas yang diberikan kepada tamu untuk memberikan kenyamanan selama tinggal di hotel dikelompokkan menjadi 2, yaitu ;

1. Fasilitas kamar : Spring bed, TV Colour, AC Split, bath tub/ Shower, Hot & Cool water, etc.
2. Fasilitas lain : Restaurant, Music Room, dua Ruang Meeting, Laundry Service, Internet, Salon, Taxi Service, etc

Sedangkan untuk memberikan alternative pilihan bagi tamu yang menginap di Hotel Pramesthi terdapat beberapa jenis kamar dan harga seperti di bawah ini :

TYPE & ROOM RATE HOTEL PRAMESTHI TAHUN 2008

TYPE	JUMLAH	RATE
PRESIDENT SUITE	1	Rp. 1.100.000
EXECUTIVE SUITE	1	Rp. 850.000
SUITE ROOM	7	Rp. 550.000
EXECUTIVE ROOM	13	Rp. 320.000
DELUXE ROOM	13	Rp. 285.000
SUPERIOR ROOM	14	Rp. 230.000
MODERATE ROOM	14	Rp. 195.000
STANDART ROOM		Rp. 165.000

(Sumber : Brosur Hotel

Pramesthi)

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis SWOT

Data Analisa SWOT

Analisa SWOT (*Strengths, Weaknes, Opportunities and Threats*) telah menjadi salah satu alat yang berguna dalam dunia perhotelan. Hal ini juga dapat digunakan untuk aplikasi alat bantu pembuatan keputusan. Proses penggunaan manajemen analisis SWOT menghendaki adanya suatu survey internal tentang *strengths* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan) serta survei eksternal atas *opportunities* (ancaman) dan *threats* (peluang/kesempatan). Berikut ini adalah matrik analisis SWOT Hotel Pramesthi

Berdasarkan table di atas dapat disimpulkan bahwa factor internal dan eksternal perusahaan perlu dikaji lebih lanjut dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, *strategi dan*

kebijakkan perusahaan. Dengan demikian *perencana strategi* (strategic planner) harus menganalisis factor – factor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada pada saat ini. Matrik SWOT tersebut diatas dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Secara umum analisis SWOT mempunyai kelemahan yaitu hanya mencerminkan pandangan seseorang atau kelompok, dimana hanya mencerminkan keberpihakan dalam menilai tindakan yang telah ditentukan, daripada digunakan sebagai alat untuk menemukan dan mengenali kemungkinan-kemungkinan peluang baru. Hal penting yang perlu diperhatikan bahwa kadang-kadang ancaman juga dapat dipandang sebagai kesempatan, tergantung orang atau kelompok yang terlibat. Ada pepatah mengatakan “ Seorang yang pesimis adalah orang yang melihat kegagalan di dalam suatu kesempatan, dan orang yang optimis adalah orang yang melihat kesempatan di suatu kegagalan”.

Strategi dari Hasil Analisis SWOT

- a. Pelaksanaan in house training dan outside training untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan karyawan.
- b. Mewajibkan presensi dan pengawasan melekat dari masing-masing koordinator dan security.
- c. Secara kontinue koordinator memotivasi kinerja bawahan, berinovasi, dan efisiensi peralatan dan perlengkapan termasuk listrik.
- d. Mengalakkan program-program marketing ke beberapa instansi, agen-agen di bandara dan pusat perdagangan.
- e. Menerapkan system SOP yang lebih jelas dan mudah dilaksanakan sehingga lingkungan kerja lebih kondusif.

- f. Berusaha memaksimalkan penjualan makan dan minum dengan menyediakan berbagai variasi menu dan inovai menu.
- g. Memaksimalkan tugas dan fungsi masing-masing karyawan terhadap komitmen kerja sehingga pekerjaan lebih efektif dan efisien.

Hasil Quetioner dan Analisis SWOT

- a. Dari variabel yang diteliti kecepatan pelayanan (X1) NILAI :
 - Untuk variabel X1 = 2,105 dan nilai x tabel = 1,960
Maka berpengaruh secara signifikan
 - Untuk variabel X2 = 2, 482 dan nilai x tabel = 1,960
Maka berpengaruh secara signifikan
 - Untuk variabel X3 = 2,211 dan nilai x tabel = 1,960
Maka berpengaruh secara signifikan
 - Untuk varibael X4 = 2,302 dan nilai x tabel = 1,960
Maka berpengaruh secara signifikan
- b. Perlunya bagi Hotel Pramesthi Kartasura untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan kecepatan, ketepatan, keramah-tamahan dan penambahan fasilitas.
- c. Perlunya menerapkan segera strategi dari analisis SWOT yang diperoleh untuk meningkatkan kepuasan tamu dan meningkatkan income hotel.

**ANALISA MATRIK SWOT
HOTEL PRAMESTHI KARTASURA**

Faktor Internal	KEKUATAN / STRENGTHS (S)	WEAKNESSES / KELEMAHAN (W)
Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> Lokasi yang strategis dekat Bandara/pusat perdagangan. Sumber daya manusia yang profesional Struktur organisasi hotel yang jelas Jumlah kamar dan fasilitas yang memadai dengan 	<ol style="list-style-type: none"> Kemungkinan hotel mengalami kerugian Kurangnya kedisiplinan karyawan hotel Pelayanan karyawan terhadap tamu belum maksimal

	<ol style="list-style-type: none"> klasifikasi Memiliki jaringan hotel di kota lain seperti Bogor, Tegall, dan Carita 	
	PELUANG / OPPORTUNITIES (O)	KEKUATAN, PELUANG (SO)
<ol style="list-style-type: none"> Perkembangan dunia pariwisata di Surakarta dan sekitarnya semakin maju Perkembangan Bandara Adi Sumarmo dengan dibuk 	<ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan kualitas karyawan yang profesional untuk mewujudkan kesejahteraan karyawan Meningkatkan pemasaran 	<ol style="list-style-type: none"> Penerapan inovasi dan efisiensi Melaksanakan komitmen agar pelaksanaan tugas dan fungsi karyawan menjadi

3. Solo sebagai kota industri dan perdagangan	an dengan menjalin agen-agen di bandara maupun supermarket/pusat perdagangan	efektif dan efisien
ANCAMAN / THREATS (T)	KEKUATAN, ANCAMAN (ST)	KELEMAHAN, ANCAMAN (WT)
1. Persaingan antar hotel dengan peran g tarif yang tidak sehat 2. Tamu mempunyai bany	1. Tidak ikut-ikutan menurunkan harga namun dengan menamb	1. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada tamu 2. Peningkatan kesej

ak pilihan hotel dan menginginkan kecepatan, ketepatan, keramahan dan fasilitas yang memadai dengan harga yang lebih murah	ah fasilitas dan meningkatkan pelayanan kepada tamu 2. Adanya sistem pelatihan karyawan agar tetap memaksimalkan pelayanan 3. Efisiensi atau penghematan pemakaian listrik	ahteraan karyawan 3. Meningkatkan kondisi yang kondusif dalam lingkungan kerja
3. Terjadinya lonjakan harga BBM dan ditariknya tarif non subsidi listrik		

Uji Validitas

Untuk sahnya suatu penelitian, instrumen yang dipakai harus memenuhi syarat validitas. Koefisien validitas dicari dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh pada setiap item dengan skor total dari masing-masing atribut. Dengan menggunakan SPSS 11 data diolah sehingga dapat diperoleh hasil (print out) dimana $\text{corrected correlation} > r$

tabel person correlation. Apabila koefisien correlation yang diperoleh tidak signifikan pada level 0,01 atau 0,05 berarti data yang diperoleh tidak valid. Adapun setelah dilakukan pengolahan data mendapat hasil analisis nilai pearson correlation dengan membandingkan dengan nilai r Product Moment table, hasilnya lebih besar daripada nilai r Product Moment tabel maka hasilnya valid.

Sehingga nilai item_1 pada variabel Kecepatan Pelayanan (X1) nilai Pearson Correlation sebesar 0,778. Nilai r Product Moment tabel (N = 60;level of significant = 5%) sebesar 0,254. Jadi nilai Pearson Correlation Item_1 pada variabel Kecepatan Pelayanan (0,778) > nilai r Product Moment

Hasil Uji Validitas Variabel Kecepatan Pelayanan (X₁)

Correlations
Hasil Uji Validitas Variabel Ketepatan Pelayanan (X₂)

Correlations

		Total
Item_1	Pearson Correlation	,778**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Item_2	Pearson Correlation	,733**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Item_3	Pearson Correlation	,787**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Item_4	Pearson Correlation	,742**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Item_5	Pearson Correlation	,642**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.
	N	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level

(0,254). Berarti item pertanyaan nomor 1 pada variabel Kecepatan Pelayanan (X1) hasilnya valid dapat digunakan sebagai alat pengujian.

Correlations

		Total
Item_1	Pearson Correlation	,747**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Item_2	Pearson Correlation	,780**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Item_3	Pearson Correlation	,817**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Item_4	Pearson Correlation	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Item_5	Pearson Correlation	,712**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.
	N	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Hasil Uji Validitas Variabel Keramahan Karyawan (X₃)

Correlations

Correlations

		Total
Item_1	Pearson Correlation	,831**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Item_2	Pearson Correlation	,784**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Item_3	Pearson Correlation	,848**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Item_4	Pearson Correlation	,794**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Item_5	Pearson Correlation	,899**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.
	N	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas Yang Dimiliki Hotel Pramesthi (X₄)

Correlations

Correlations

		Total
Item_1	Pearson Correlation	,582**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Item_2	Pearson Correlation	,651**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Item_3	Pearson Correlation	,701**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Item_4	Pearson Correlation	,742**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Item_5	Pearson Correlation	,699**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.
	N	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Tamu (Y)

Correlations

Correlations

		Total
Item_1	Pearson Correlation	,688**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Item_2	Pearson Correlation	,600**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Item_3	Pearson Correlation	,486**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Item_4	Pearson Correlation	,485**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Item_5	Pearson Correlation	,548**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	60
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.
	N	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Uji Reliabilitas

Uji realibitas merupakan ketepatan suatu tes, apabila diujikan terhadap subyek yang sama menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya. Suatu alat dikatakan reliabel/ handal jika jawaban responden terhadap setiap item pertanyaan adalah konsisten atau stabil. Reliabilitas dapat diukur dengan membuat pertanyaan yang diulang atau pertanyaan yang mirip pada pertanyaan berikutnya dengan melihat konsistensi jawaban atas pertanyaan-pertanyaan, sedangkan suatu instrumen penelitian disebut reliabel apabila lebih besar dari 0,5.

Sedangkan setelah dilakukan ujia reliabilitas diperoleh hasil analisa Reliabilitas nilai alpha kemudian bandingkan dengan nilai r Product Moment table, hasilnya harus lebih besar daripada nilai r Product Moment tabel,

agar hasil RELIABEL. Sehingga hasil uji Reliabilitas nilai Alpha pada variabel Kecepatan Pelayanan (X1) sebesar 0,7890. Nilai r Product Moment tabel (N = 60; level of significant = 5%) sebesar 0,0254. Jadi nilai Alpha pada variabel Kecepatan Pelayanan (0,7890) > nilai r Product Moment (0,254). Berarti semua item pertanyaan semua pada variabel Kecepatan Pelayanan (X1) hasil reliabel dapat dipergunakan sebagai alat pengujian.

Hasil Uji Reabilitas Variabel Kecepatan Pelayanan (X₁)

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

—

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 60,0 N of Items = 6

Alpha = ,7890

Hasil Uji Reabilitas Variabel Ketepatan Pelayanan (X₂)

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

—

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 60,0 N of Items = 6

Alpha = ,8008

Hasil Uji Reabilitas Variabel Keramahan Karyawan (X₃)

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 60,0 N of Items = 6

Alpha = ,8132

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Tamu (Y)

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

—

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,273	,510		6,412	,000
	X1	,223	,125	,321	2,105	,041
	X2	,328	,132	,406	2,482	,016
	X3	,245	,111	,352	2,211	,031
	X4	,249	,119	,364	2,302	,025

a. Dependent Variable: Y

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 60,0 N of Items = 6

Alpha = ,7072

Hasil Uji Reabilitas Variabel Fasilitas Yang Dimiliki Hotel Pramesthi (X₄)

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 60,0 N of Items = 6

Alpha = ,7688

Uji Regresi Linier Berganda

Dari hasil pengujian regresi linier berganda maka diperoleh persamaan regresi linier berganda lihat table Coefficients ^a

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,910 ^a	,879	,865	,54271	,456

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

b. Dependent Variable: Y

sumber : Data primer, 2008

Berdasarkan perhitungan regresi, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi R Square (R^2) adalah 0,879. Sehingga variabel indepen (X_1 sampai X_4) mempengaruhi variabel dependen (Y) sebesar 87,9%. Tingkat kepuasan tamu di

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	207,645	4	51,911	161,654	,000 ^b
	Residual	15,419	55	,280		
	Total	208,243	59			

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

b. Dependent Variable: Y

sumber : Data primer, 2008

Dari hasil analisis lihat tabel ANOVA^b kolom F, disitu akan terlibat nilai F sebesar 161,654. Sedangkan nilai F tabel 0,05 (tingkat kepercayaan 95%) dimana $F(n; n-k-1)$, dimana n = jumlah sampel = 60; k = jumlah variabel independen = 4. Jadi nilai $F_{tabel}(60; 60-1-4)$ sebesar 1,55. Kemudian bandingkan

Hotel Pramesthi dipengaruhi oleh kecepatan, ketepatan, keramahan, dan fasilitas. Sedangkan sisanya 12,1% dipengaruhi oleh variabel- variabel lain yang tidak diteliti.

Pada tabel korelasi menunjukkan suatu hubungan. Korelasi antara tingkat kecepatan, ketepatan, keramahan, dan fasilitas dengan kepuasan tamu diperoleh persamaan regresi linier sebagai berikut :
 $Y = 3,273 + 0,223X_1 + 0,328X_2 + 0,245X_3 + 0,249X_4$

Dapat dijelaskan bahwa semua koefisien variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikatnya artinya setiap peningkatan di variabel kecepatan, ketepatan, keramahan, dan fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan tamu.

Hasil Uji Korelasi (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel X_1 sampai X_4 berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel Y secara serempak (*simultan*). Agar diperoleh hasil yang berpengaruh signifikan, maka nilai F dari hasil analisa harus lebih besar daripada nilai F tabel ($F_{hitung} > F_{tabel}$) atau nilai signifikansi $> 0,05$. Sedangkan Uji T (*parsial*) yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya secara sendiri sendiri dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$. lebih jelasnya hasil Uji F dan Uji T dapat dilihat pada tabel berikut :

antara nilai F hasil analisis dengan nilai F tabel, dan penjelasan diatas maka F_{hitung} (161,654) . F_{tabel} (1,55). Berarti semua variabel independen ($X_1 - X_4$) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,273	,510		6,412	,000
	X1	,223	,125	,321	2,105	,041
	X2	,328	,132	,406	2,482	,016
	X3	,245	,111	,352	2,211	,031
	X4	,249	,119	,364	2,302	,025

a. Dependent Variable: Y

sumber : Data primer, 2008

Agar diperoleh hasil yang signifikan maka nilai T hasil analisis harus lebih besar daripada nilai T tabel. Adapun nilai T tabel adalah $a/2$; $n-k-1$; dimana:

$\alpha = 0,05$, $n = \text{jumlah sampel} = 60$
 $k = \text{jumlah variabel indepen} = 4$

Jadi nilai t tabel ($0,05/2$; $60-4-1$) karena df -nya didalam tabel t maksimal hanya 29, maka kalau nilai df-nya lebih dari 29 menggunakan inf. Jadi besar t tabel adalah 1,960

Dari hasil analisis uji t pada tabel coefficients^a kolom t akan terlihat nilai t untuk masing-masing variabel dari X₁ sampai X₄, yaitu :

1. Nilai t untuk variabel X₁ = 2,105 dibandingkan dengan nilai t tabel (1,960), maka variabel X₁ berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y, karena t hitung (2,105) > t_{tabel} (1,960)
2. Nilai t untuk variabel X₂ = 2,482 dibandingkan dengan nilai t tabel (1,960), maka variabel X₂ berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y, karena t hitung (2,482) > t_{tabel} (1,960)
3. Nilai t untuk variabel X₃ = 2,211 dibandingkan dengan nilai t tabel (1,960), maka variabel X₃

berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y, karena t hitung (2,211) > t_{tabel} (1,960)

4. Nilai t untuk variabel X₄ = 2,302 dibandingkan dengan nilai t tabel (1,960), maka variabel X₄ berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y, karena t hitung (2,302) > t_{tabel} (1,960)

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara kecepatan, ketepatan, keramahan, dan fasilitas terhadap kepuasan tamu Hotel Pramesthi Kartasura. Sedangkan variabel yang paling berpengaruh dominan terhadap kepuasan tamu adalah variabel ketepatan dengan nilai koefisien korelasi sebesar (2,482) > t_{tabel} (1,960). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tepat pelayanan yang diberikan pihak hotel kepada konsumen maka semakin tinggi kepuasan tamu di Hotel Pramesthi Kartasura.

REFRENSI

- Adi Soenarno, *Kamus Istilah Pariwisata dan Perhotelan*. (Bandung : Angkasa, 1993) Hal. 25
- Agus Darsono, *Tata Graha Hotel*. (Jakarta : Rasindo Gramedia, 1995), Hal. 21
- Agus Sulistiyono, *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. (Bandung : Alfabeta, 1999) Hal. 9
- Agus Suryono, *Kiat Menangani Pelanggan Bebas Komplain* (Jakarta : Khilma Pustaka, 2007) Hal. 114
- Bagozzi, R.P.Gopinath,. MNyer,.P.U, *The Role of Imotion of Marketing* (Journal Marketing, 1999) Hal 184 – 206
- Bitner, MJ. *Critical Service encounters : The Employees Viewpoint*.(Journal of Marketing,1990), Hal.58

- Bitner, MJ. *Evaluating Service Encounters : The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses.*(Journal of Marketing, 1990) Hal. 54
- Bolton, R.N., Drew, J.H. *A Longitudinal Analysis The impact of Service Changes on Customer Attitude.* (Journal of Marketing, 1991) Hal. 55
- Cronin, JJ, Jr. Taylor, SA. *Servperf versus Servqual : Reconciling Performance Based and Perceptions Minus expectations Measurement of Service Quality.* (Journal of Marketing, 1994) Hal. 31
- Cronin, JJ, Jr. Taylor, SA. *Measuring Service Quality: a re-examination and extension.* (Journal of Marketing, 1992) Hal. 55
- Dennis L.Foster, *Travel dan Tourism (An Introduction) Second Edition,* (Jakarta : Grafindo, 2000) Hal.56
- Dodi Ahmad Fauzi, S.Sos. *Menjadi Perusahaan Sukses Melalui Motivasi Sejati* (Jakarta : Edsa Mahkota, 2007) Hal.30
- Drs.E Duhana Wijaya, *Bekerja Sama Dengan Kolega dan Pelanggan.* (CV.Armiku. 2004) Hal. 75
- Endar Sugiarto, Harjadi, *Manajemen Kantor Depan Hotel.* (Jakarta : Gramedia, 1997) Hal. 65
- Kartajaya, H, Wibowo AS, Elisawati, *Bermain dengan Persepsi : 36 Kasus Pemasaran Asli Indonesia* (Jakarta : Gramedia, 1996). Hal.25
- Kusmayadi, Endar S. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata.* (Jakarta : Gramedia, 2000) Hal.64
- Lerbian R. Aritonang. *Kepuasan Pelanggan* (Jakarta : Gramedia Pustaka, 2005) Hal. 25
- Oliver, RL., *Cognitive, Afektif and Atribut based of The Satisfaction Response* (Journal of Customer, 1993) Hal. 20
- Parasuraman, A. Zeithaml, V.A. Berry, L.L., *Servqual : a Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.*(Journal of Retailing, 1998) Hal. 64
- Parasuraman, A. Zeithaml, V.A. Berry, L.L., *Reassessment of Expectations as Comparison Standard in Measuring Service Quality.* (Journal of Marketing, 1994) Hal. 58
- Parasuraman, A. Zeithaml, V.A. Berry, L.L., *The Behavioural Consequences of Service Quality.*(Journal of Retailing, 1996) Hal 60
- Parasuraman, A. Zeithaml, V.A. Berry, L.L., *A Conceptual Model of Service Quality ad Implications for future Research.* (Journal of Retailing, 1995) Hal. 49
- Richard Sihite. *Hotel Management.* (Surabaya : SIC 2000) Hal. 32
- Singh, *Understanding the Structure of Consumer Satisfaction Evaluation of Service Delivery.* (Journal of Customer : 1991) Hal. 44
- Suyeti Spd,Gita Kurniawan,SE *Bekerja Sama Dengan Kolega dan Pelanggan.* (Surakarta CV,Yudistira, 2004) Hal. 36
- Sudjana. *Metode Statistika.* (Bandung : Tarsito, 1992) Hal. 24
- Tjiptjono,F. *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta , 1995) Hal.27
- Wira Sutedja. *Panduan Layanan Konsumen* (Jakarta : PT Grasindo, 2007) Hal.20

