

ANALISA FAKTA *DOMINANT* DALAM PELAYANAN TAMU VIP DI HOTEL NOVOTEL SOLO

Oleh

Sumarman dan S. Rini Purwaningsih

(Dosen pada Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ciri-ciri pelayanan yang diterapkan karyawan dalam melayani tamu VIP di Hotel Novotel Solo dilihat dari dimensi pelayanan prima (A6: *Attitude, Attention, Action, Ability, Appearance, Accountability*) dan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu VIP di Hotel Novotel Solo memberikan kepuasan atau tidak.

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif yang dilakukan melalui pendekatan studi kasus. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang menginap di Hotel Novotel Solo. Cara pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *random sampling* yang berjumlah 60 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan sistem analisis SPSS versi 19.0 dan diperoleh kesimpulan bahwa menerapkan dimensi pelayanan prima A6, yaitu *ability, attitude, appearance, attention, action, and accountability* dengan tujuan untuk mencapai kepuasan tamu.

Berdasarkan hasil uji validitas kuesioner adalah valid dan dapat digunakan dalam pengujian karena memiliki nilai r hitung $>$ r tabel 0,2144. Hasil uji reliabilitas menunjukkan *Cronbach Alpha* sebesar 0,750 yang artinya sangat reliabel atau dapat dipercaya. Hasil untuk uji *Kolmogorov-Smirnov* memiliki nilai Sig. 0,786 di mana ketentuan untuk uji ini adalah nilai Sig. $>$ 0,05. Uji normalitas dengan *Skewness-Kurtosis* dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai *statistic Skewness/Std. Error Skewness* dan nilai *statistic Kurtosis/Std. Error Kurtosis* berada di antara -2 dan 2 dan semua variabel berdistribusi normal. Uji homogenitas memiliki ketentuan jika nilai Sig. $>$ 0,05 maka sampel tersebut berasal dari varian yang sama (homogen) dan ada sampel yang tidak homogen. Uji korelasi parsial berkorelasi jika nilai Sig. $<$ 0,05. Hasil uji nilai Sig. dari semua komponen variabel $<$ 0,05. Uji regresi liner ganda didapat nilai R sebesar 0,698 artinya hubungan antara variabel X dan Y adalah kuat. Kepuasan tamu merupakan hasil dari diterapkannya pelayanan prima oleh karyawan di Hotel Novotel Solo.

Kata kunci: dimensi pelayanan, kepuasan tamu

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata merupakan sektor potensial yang dapat menambah penghasilan devisa negara. Suatu keuntungan bagi negara yang mempunyai letak strategis, yang terdiri dari beberapa pulau dan lautan, dengan menyediakan sarana dan prasarana yang dikelola sebagai objek wisata. Sarana lain yang perlu dibangun yang dapat menunjang

sektor pariwisata adalah sarana akomodasi.

Salah satu sarana akomodasi yang dimaksud adalah hotel. Hotel merupakan salah satu sarana pariwisata yang pokok atau sebagai *residential tourist plant* yaitu "semua fasilitas yang dapat menampung kedatangan tamu dan wisatawan yang menginap dan tinggal sementara waktu di daerah tujuan wisata". (Oka A Yoeti, 1980: 51). Mengingat bahwa *income* terbesar dari usaha perhotelan adalah penjualan

kamar, maka sangat diperlukan adanya suatu penanganan dan perhatian khusus dalam penjualan kamar hotel. Hotel merupakan salah satu industri dengan produk paling utama adalah pelayanan. Sebuah hotel bisa disebut sebagai hotel yang bagus, jika memiliki pelayanan yang bagus dan mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan, sehingga tamu-tamu yang datang ke hotel tersebut akan selalu mengunjungi hotel itu lagi atau mereka bisa menjadi *repeater guests*.

Kerjasama antar departemen sangat diperlukan dalam kelangsungan dan kesuksesan tersebut, seperti halnya pada *Front Office Department* yang menjadi ujung tombak hotel karena departemen ini yang pertama bertemu dengan tamu dan memberikan kesan kepada tamu. *Front Office* merupakan salah satu *department* di hotel yang bertanggung jawab dalam penjualan kamar dari hotel baik melalui pemesanan (*reservation*) sebelumnya maupun tanpa pemesanan, dilanjutkan dengan pendaftaran (*registration*) dan penunjukan kamar (*room assignment*) bagi tamu. *Front Office* juga menjadi pusat informasi tamu mengenai berbagai macam layanan yang ditawarkan di sebuah hotel. Dalam melaksanakan tugasnya, staf *Front Office* selalu menerapkan standar pelayanan yang *excellent* terhadap para tamu hotel, karena dengan pelayanan yang diberikan kepada para tamu akan membawa pengaruh dan kontribusi yang besar untuk tetap menjaga daya saing dan menciptakan citra khusus sebuah hotel dalam benak pelanggannya.

Front Office sendiri terdiri dari beberapa bagian, diantaranya: *Front Desk Agent*, *Guest Relation Officer*, *Telephone Operator*, dan *Concierge*. Dalam kaitannya dengan kinerja para staf *Front Office* yang ada di Hotel Novotel Solo, Novotel menawarkan fasilitas pelayanan yang berkualitas serta kenyamanan terhadap para tamu.

Pelayanan dalam sebuah hotel biasanya dibagi mejadi dua kategori yaitu *Front of The House* yang merupakan

bagian yang langsung berkomunikasi dengan tamu dan *Back of The House* yaitu bagian yang tidak secara langsung berkomunikasi dengan tamu. *Front Office* yang ada di Hotel Novotel Solo mempunyai bagian yaitu *Guest Relation Officer* (GRO) yang bertanggung jawab dalam menangani tamu-tamu *Very Important Person* (VIP) serta tamu-tamu group. Dimulai dari sebelum tamu *check in*, saat berada di hotel maupun pada saat tamu *check out*. Selain itu, di Hotel Novotel Solo ini memberikan pelayanan spesial untuk tamu VIP nya. Tidak hanya *Guest Relation Officer* (GRO) ataupun *Front Office Department* saja yang memberikan pelayanan spesial untuk tamu VIP, melainkan departemen lain juga seperti *Food and Beverage Department*, *Housekeeping and Laundry Department*, *Health and Spa Department*, dan *Security Department*.

Menyadari hal di atas, maka karyawan hotel sangat memegang peranan penting dalam pelayanan. Untuk itu setiap karyawan harus memiliki ketrampilan tertentu, seperti *well grooming*, ramah, semangat, *professional*, dapat berkomunikasi dengan baik, dan mampu untuk menangani keluhan tamu.

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimanakah ciri-ciri pelayanan yang diterapkan karyawan kepada tamu VIP di Hotel Novotel Solo dilihat dari dimensi pelayanan prima (A6: *Attitude, Attention, Action, Ability, Appearance, Accountability*)?
2. Bagaimanakah kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu VIP di Hotel Novotel Solo?

Tujuan Penelitian

Dilihat dari beberapa rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Ciri-ciri pelayanan yang diterapkan

karyawan kepada tamu VIP di Hotel Novotel Solo dilihat dari dimensi pelayanan prima (A6: *Attitude, Attention, Action, Ability, Appearance, Accountability*).

2. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu VIP di Hotel Novotel Solo apakah memberikan kepuasan atau tidak.

LANDASAN TEORI

Pengertian Hotel

Menurut kamus pariwisata dan perhotelan "hotel adalah perusahaan yang menyediakan jasa-jasa dalam bentuk akomodasi (penginapan) serta menyajikan hidangan dan fasilitas lainnya dalam hotel untuk umum yang memenuhi syarat-syarat *comfort* dan bertujuan komersil" (Kodyat dan Raimaini, 1991:54).

Dalam Keputusan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi No.037/PW.304/MPPT-86 tentang pemasaran usaha dan penggolongan hotel, bahwa yang dimaksud dengan "hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makan dan minum serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersil".

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa hotel adalah suatu usaha yang bergerak di bidang pelayanan jasa penginapan, makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan untuk umum.

Kajian Tentang Produk Hotel

Dari segi wujudnya, produk suatu hotel terdiri dari 2 (dua) bagian, yaitu:

1. *Tangible Products*
Merupakan produk hotel yang secara nyata dapat dilihat, diraba atau secara langsung terlihat dalam bentuk benda.
2. *Intangible Products*
Merupakan produk hotel yang secara tidak nyata terlihat dalam wujud benda tetapi sangat berpengaruh terhadap

nilai dan mutu dari *Intangible Product* misalnya suasana lingkungan, keramahtamahan, kesehatan jasmani, dan sebagainya. (Dimiyati, Aan Surachlan, 1987:66)

Pengertian Pelayanan

Menurut Barata (2003:30) "pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dalam menyediakan kepuasan pelanggan". Menurut Kamus Inggris Indonesia "*service* adalah jasa, layanan, sedangkan *excellence* unggul, baik sekali, prima (Sadili, 1996:222&515).

Pengertian Pelayanan Prima

Pelayanan prima atau *service excellence* merupakan sebuah keharusan atau tuntutan dalam suatu industri jasa. Menurut Judiari (2012:102) dikatakan "*service excellence* adalah memperbaiki barang yang rusak atau usang dan memberikan layanan yang menyenangkan". Menurut Suwithi (1999:4) "pelayanan prima adalah kemampuan maksimal seseorang dalam berhubungan dengan orang lain dalam hal pelayanan.

Dapat disimpulkan secara sederhana pelayanan prima atau *service excellence* adalah suatu pelayan terbaik yang melampaui harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang melampaui standar kualitas. Pelayanan yang melampaui standar kualitas adalah suatu pelayanan yang melampaui harapan dan kepuasan tamu atau pelanggan.

Konsep Pelayanan Prima

Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatannya. Konsep pelayanan prima berdasarkan A6 (Atep Adya Barata, 2004) yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan faktor-faktor: kemampuan (*ability*), sikap (*attitude*), penampilan (*appearance*), perhatian

(*attention*), tindakan (*action*), dan tanggung jawab (*accountability*).

1. Kemampuan (*ability*)

Merupakan pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan mengembangkan *public relation* sebagai *instrument* dalam membina hubungan ke dalam dan keluar organisasi atau perusahaan.

2. Sikap (*attitude*)

Merupakan perilaku atau perangai yang harus ditunjukkan ketika menghadapi pelanggan, yang meliputi penampilan yang sopan dan serasi, berpikir positif, sehat dan logis, dan bersikap menghargai.

3. Penampilan (*appearance*)

Merupakan penampilan seseorang baik yang bersifat fisik maupun non fisik, yang mampu merefleksikan diri dan kredibilitas dari pihak lain.

4. Perhatian (*attention*)

Merupakan kepedulian penuh terhadap pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan tamu maupun pemahaman atas kritik dan sarannya, yang meliputi mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para pelanggan, mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan, dan mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan.

5. Tindakan (*action*)

Merupakan berbagai tindakan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, mencatat kebutuhan para pelanggan, menegaskan kembali kebutuhan para pelanggan, dan menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan mau kembali.

6. Tanggung jawab (*accountability*)

Merupakan suatu sikap berpihakan kepada pelanggan sebagai wujud

kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

Berdasarkan konsep A6 di atas, maka dalam memberikan pelayanan dituntut untuk dapat memaksimalkan apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh pelanggan sehingga pelanggan merasa senang dilayani oleh petugas tersebut karena kualitasnya.

Pentingnya Pelayanan Prima

Pelaksanaan pelayanan prima oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa terutama hotel terhadap tamu atau pelanggan baik itu *internal* atau *eksternal* mempunyai peran penting dalam bisnis karena hotel sangat tergantung dari loyalitas para pelanggan.

Pelayanan prima mengandung tiga hal pokok, yaitu adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan tindakan yang terbaik dengan tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu (Tjiptono, 2008:3).

Proses dan Tahapan Pelayanan Prima

Menurut Judiari (2010:106) proses dan tahapan dalam pelayanan prima, yaitu:

1. Pancarkan segenap sikap positif kepada pelanggan

Pancarkan sikap positif melalui penampilan fisik, bahasa tubuh, bunyi suara saat menggunakan alat kantor.

2. Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan
Mengerti akan kebutuhan pelanggan, memberikan perhatian akan kebutuhan pelanggan, tepat waktu dalam melayani pelanggan, mau memahami situasi dan kondisi pelanggan, serta mau mendengarkan apa yang menjadi keluhan pelanggan (*empathy*).

3. Aplikasi diri dengan pengidentifikasian pelanggan

Berkomunikasi dengan jelas, pengertian, pelanggan disambut dengan baik, menciptakan lingkungan yang menyenangkan.

4. Ada pengakuan kepuasan pelanggan yang anda layani
Pelanggan mengucapkan terima kasih atas pelayanan yang kita berikan, terlebih lagi memberikan komen positif atas kepuasan yang didapatnya.

Sistem Pelayanan Tamu

Sistem pelayanan tamu atau bisa dikatakan sebagai prosedur pelayanan tamu, yaitu bila dalam melakukan suatu kegiatan, organisasi memerlukan suatu acuan untuk mengatur dan mengontrol semua aktivitas yang terjadi pada perusahaan tersebut. Oleh karena itu, setiap perusahaan baik itu swasta maupun pemerintahan hendaknya memiliki prosedur dasar pelaksanaan kerja untuk menunjang kelancaran operasional perusahaan.

Kajian Tentang VIP

Definisi VIP Menurut Kamus Inggris Indonesia (Echols & Shadily, 1993: 630) "VIP adalah orang yang sangat penting atau tokoh penting".

Yang dikategorikan sebagai tamu VIP adalah mereka yang antara lain memenuhi satu atau lebih persyaratan di bawah ini (Sugiarto, 1997: 113):

1. Para Pejabat Negara, kosulat, Diplomat, Duta Besar, Menteri Negara, Perdana Menteri, dan Presiden.
2. Mempunyai jabatan pada perusahaan tempat dia bekerja (seperti Direktur atau Manajer) dan datang untuk menginap di hotel tersebut.
3. Merupakan tamu langganan hotel dengan jumlah kedatangan sekian kali dalam setahun (dalam hal ini, jumlahnya tergantung pada ketentuan masing-masing hotel).
4. Selebriti atau olahragawan terkenal internasional.
5. Datang dan menginap di *suite room* hotel tersebut selama beberapa hari.
6. Menginap dan membayar kepada hotel tersebut seharga *publish rate* atau *full rate* (tanpa diskon sama sekali).
7. Tamu yang mempunyai *executive*

member di hotel tersebut.

Pengertian Kualitas

Melalui serangkaian penelitian terhadap berbagai macam industri jasa Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) menyebutkan lima dimensi utama kualitas jasa yang disusun sesuai dengan urutan tingkat kepentingan relatifnya, yaitu:

1. Reliabilitas (*reability*), diartikan sebagai kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat, tepat waktu, dan dapat dipercaya.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan atau kemauan untuk membantu pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik dan cepat.
3. Jaminan (*assurance*), yakni jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari komponen: komunikasi (*Communication*), kredibilitas (*Credibility*), keamanan (*Security*), kompetensi (*Competence*), dan sopan santun (*Courtesy*).
4. Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.
5. Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan, atau secara singkat dapat diartikan sebagai penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi.

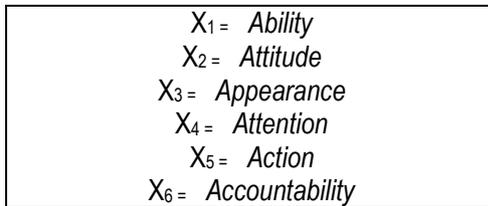
KERANGKA PEMIKIRAN

Skema kerangka pemikiran dapat digunakan sebagai pedoman atau arah

dalam penelitian, sehingga tidak terjadi kerancuan dalam pelaksanaan dan tujuan penelitian. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah:

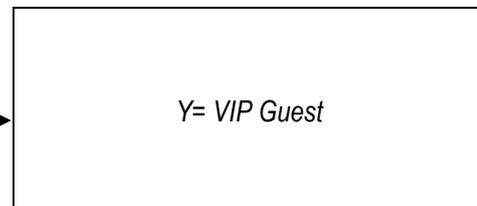
Variabel Independen (X)

Fakta *Dominant* dalam Pelayanan A6



Variabel Dependen (Y)

Tamu VIP



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan 2 (dua) variabel, yaitu: *independent variable* adalah Kemampuan (X_1 -Ability), Sikap (X_2 -Attitude), Penampilan (X_3 -Appearance), Perhatian (X_4 -Attention), Tindakan (X_5 -Action), dan Tanggungjawab (X_6 -Accountability) sedangkan *dependent variable* nya adalah tamu VIP (Y- VIP Guest) yang menuju pada kepuasan tamu.

beberapa orang tamu dan karyawan khususnya pada *Front Office Department* yang berkaitan dengan analisa fakta *dominant* dalam pelayanan tamu VIP di Hotel Novotel Solo.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen perusahaan, brosur, internet, dan riset kepustakaan untuk mendapatkan informasi serta dasar teori agar diperoleh kerangka pemikiran dan pemecahan secara teoritis terhadap objek yang diteliti.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2007:13).

Populasi dan Sampel

"Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya" (Sugiyono,2007). Dalam penelitian ini, populasi penelitian adalah seluruh tamu yang menginap, menikmati suasana kamar dan layanan di Hotel Novotel Solo.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dan dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dengan melakukan wawancara kepada

Sampel adalah sebagian dari populasi yang menjadi obyek penelitian atau yang dijadikan responden. Untuk pengambilan sampel digunakan metode random sampling, yaitu teknik dengan menggunakan cara pengambilan atau pemilihan sampel secara acak (*random selection*).

Dalam penelitian ini, penulis

mengambil sampel berdasarkan rumus Slovin, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Keterangan:

n = sampel

N = populasi

e = kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir (0,1)

Diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{124}{1 + (124 \cdot 0,1^2)}$$

$$n = 55,36$$

Hasil tersebut dibulatkan menjadi 60, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 60 responden.

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Suatu cara pengumpulan data dengan tinjauan langsung ke lapangan dan mengamati segala aktifitas yaitu pelayanan yang diterapkan *Guest Relation Officer* terhadap tamu khususnya VIP di Hotel Novotel Solo.

2. Wawancara

Suatu cara pengumpulan data dengan

menanyakan langsung kepada sejumlah responden.

3. Kuesioner

Merupakan metode pengumpulan data dalam bentuk pernyataan secara tertulis kepada responden (tamu hotel) dengan pilihan jawaban 5 *options*, yaitu Sangat Setuju:5, Setuju:4, Netral:3, Tidak Setuju:2, Sangat Tidak Setuju:1.

4. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan salah satu cara pengumpulan data dengan cara membaca atau mempelajari buku-buku yang mendukung terhadap permasalahan yang diteliti.

Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2001: 217), "analisis regresi adalah studi mengenai ketergantungan variabel *dependent* (terikat) dengan satu atau lebih variabel *independent* dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel *dependent* berdasarkan nilai variabel *independent* yang diketahui".

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis data kuantitatif, yaitu menggunakan skala *Likert* 1-5 yang diperoleh dari daftar pertanyaan (kuesioner) yang digolongkan dalam lima tingkatan (Sugiyono, 2005), yaitu :

Tabel 1. Skala Likert

NO	PERNYATAAN	BOBOT PENILAIAN
1	Sangat Setuju	Skor : 5
2	Setuju	Skor : 4
3	Netral	Skor : 3
4	Tidak Setuju	Skor : 2
5	Sangat Tidak Setuju	Skor : 1

Analisis data kuantitatif menggunakan sistem statistik SPSS (*Statistical Product and Solution Service*) yaitu sebuah *software* yang berfungsi untuk mengolah data statistik. Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Digunakan untuk menguji apakah

kuesioner tersebut valid atau tidak. Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi alat ukurnya. Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan antara *r* hitung dengan *r* tabel berdasarkan pada *degree of freedom* (*df*) = *n* – *k* dengan *n* adalah jumlah sampel dan *k* adalah

jumlah konstruk. Kriteria penilaian uji validitas adalah: $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka pernyataan tersebut valid, $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka pertanyaan tersebut tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Merupakan suatu indek yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu penelitian pengukur dapat dipercaya (Saiffudin Anwar, 2000). Hasil pengukuran dapat dipercaya atau realibel hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama, selama aspek yang diukur dalam dari subyek memang belum berubah. Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan program SPSS 19.0. Kuesioner dikatakan realibel apabila hasil uji statistik $\alpha > 0,60$ (Ghozali, 2002). Alat untuk mengukur reabilitas adalah *Alpha Cronbach*.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menentukan apakah data yang telah dikumpulkan memiliki distribusi yang normal. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji normalitas dengan *Skewness* dan *Kurtosis*. Uji normalitas ini dapat dikatakan distribusi data normal jika nilai ratio *Skewness/Std Error Skewness* dan nilai ratio *Kurtosis/Std Error Kurtosis* berada antara -2 dan 2.

4. Uji Homogenitas

Bertujuan untuk melihat apakah dua atau lebih kelompok data berasal dari populasi yang memiliki variansi yang hampir sama. Kelompok data dikatakan homogen apabila nilai Sig. pada *output* menunjukkan hasil $> 0,05$.

5. Uji Korelasi

Digunakan untuk mengetahui

hubungan antara dua variabel yang datanya kuantitatif. Uji korelasi akan mencari besarnya hubungan dan arah hubungan. Nilai korelasi berkisar dalam rentang 0 sampai 1 atau 0 sampai -1. Tanda positif dan negatif menunjukkan arah hubungan. Tanda positif menunjukkan arah perubahan yang sama. Jika satu variabel naik, variabel yang lain naik. Demikian pula sebaliknya, tanda negatif menunjukkan arah perubahan yang berlawanan. Jika satu variabel naik, maka variabel yang lain malah turun. Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui hubungan antara variabel X yaitu Kemampuan (*Ability*), Sikap (*Attitude*), Penampilan (*Appearance*), Perhatian (*Attention*), Tindakan (*Action*), dan Tanggungjawab (*Accountability*) terhadap variabel Y yaitu kepuasan tamu (*Satisfaction Guest*). Dalam penelitian ini penulis menggunakan uji korelasi parsial. Uji korelasi parsial digunakan untuk menguji hubungan dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen dan dilakukan pengendalian pada salah satu variabel independennya. Hasil dapat dilihat dari tingkat signifikansi, jika $< 0,05$ maka uji tersebut menunjukkan ada hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen.

6. Uji Regresi Linier Berganda (Uji Korelasi Ganda)

Digunakan untuk menguji dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen secara bersamaan.

Untuk menginterpretasi uji regresi linier ganda, dapat dilihat dari nilai R. semakin nilai R mendekati angka 1, maka korelasi semakin kuat.

Tabel 2. Koefisien Korelasi (R)

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 0,999	Sangat Kuat
1,000	Sempurna

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profil Perusahaan

Hotel Novotel pertama kali dibuka di Lille, Perancis pada tahun 1967, tidak ada hotel baru yang dibangun disana dalam kurun waktu 50 tahun. Novotel berasal dari kombinasi kata “*nouveau*” yang berarti baru dan menjadi kata yang sesuai karena semua fasilitas kamar mandi yang modern, televisi, dan telepon di kamar merupakan revolusi di dalam usaha perhotelan pada zaman tersebut.

Hotel Novotel Solo merupakan Hotel berbintang empat dengan fasilitas layaknya Hotel berbintang lima yang berdiri di kota Solo pada tahun 1997. Berdiri di bawah bendera *Accor Group* yang merupakan salah satu jaringan hotel terkuat di dunia. Hotel Novotel Solo terletak di Jalan Slamet Riyadi nomor 272 Solo. Lokasi ini cukup strategis dan mudah dijangkau karena terletak di jantung kota Solo sehingga menjadikan Hotel Novotel Solo sebagai salah satu hotel yang tepat untuk

beraktifitas bagi kalangan pebisnis maupun kalangan umum.

Hotel Novotel Solo memiliki kamar yang berjumlah 143 yang terdiri dari 115 Kamar *Standart*, 11 Kamar *Family*, 11 Kamar *Executive*, 6 Kamar *Suite*. Selain itu Hotel Novotel Solo juga memiliki fasilitas-fasilitas lain diantaranya *Andrawina Restaurant*, *Vino wine shop*, *Saraswati Bar*, *Meeting Room*, *Bussines Centre*, *Lobby Lounge*, *Laundry*, *Swimming Pool*, *Fitness Centre*, *Drug Store*, *Kids Club*, *Spa* dan *Massage*.

Hasil Uji Validitas

Uji validitas data dilakukan dengan cara membandingkan antara r hitung dengan r tabel. r tabel diperoleh dengan melihat (df) nya terlebih dahulu. Disini (df) = $60-2 = 58$, maka r tabel nya sebesar 0,2144. Kriteria penilaian uji validitas adalah: r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan tersebut valid, r hitung $<$ r tabel, maka pertanyaan tersebut tidak valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas X1 (Kemampuan)

	r hitung	r tabel	Keterangan
X1_1	0,510	0,2144	Valid
X1_2	0,382	0,2144	Valid
X1_3	0,406	0,2144	Valid

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Tabel 4. Hasil Uji Validitas X2 (Sikap)

	r hitung	r tabel	Keterangan
X2_4	0,434	0,2144	Valid
X2_5	0,318	0,2144	Valid
X2_6	0,446	0,2144	Valid

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Tabel 5. Hasil Uji Validitas X3 (Penampilan)

	r hitung	r tabel	Keterangan
X3_7	0,230	0,2144	Valid
X3_8	0,463	0,2144	Valid
X3_9	0,386	0,2144	Valid

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Tabel 6. Hasil Uji Validitas X4 (Perhatian)

	r hitung	r tabel	Keterangan
X4_10	0,358	0,2144	Valid
X4_11	0,307	0,2144	Valid
X4_12	0,556	0,2144	Valid

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Tabel 7. Hasil Uji Validitas X5 (Tindakan)

	r hitung	r tabel	Keterangan
X5_13	0,496	0,2144	Valid
X5_14	0,381	0,2144	Valid
X5_15	0,422	0,2144	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Tabel 8. Hasil Uji Validitas X6 (Tanggungjawab)

	R hitung	r tabel	Keterangan
X6_16	0,426	0,2144	Valid
X6_17	0,419	0,2144	Valid
X6_18	0,312	0,2144	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Tabel 9. Hasil Uji Validitas X7 (Kepuasan Tamu)

	r hitung	r tabel	Keterangan
X7_19	0,419	0,2144	Valid
X7_20	0,361	0,2144	Valid
X7_21	0,313	0,2144	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Tabel 3 – 9 menunjukkan bahwa semua instrumen data yang digunakan dalam kuesioner bersifat valid karena masing-masing instrumen memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel.

Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa setiap butir pertanyaan dalam kuesioner bersifat valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil suatu penelitian pengukur dapat dipercaya. Hasil pengukuran dikatakan 2tastic atau dapat dipercaya apabila hasil uji 2tastic *Cronbach Alpha* $\alpha > 0,60$.

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,750	21

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Terlihat pada tabel di atas *Cronbach's Alpha* memiliki nilai 0,750 sehingga instrumen penelitian yang digunakan dapat dikatakan reliabel atau dapat dipercaya.

Hasil Uji Normalitas Data

Uji normalitas berguna untuk menentukan apakah data yang telah

dikumpulkan memiliki distribusi yang normal. Uji normalitas ini menggunakan uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* dan *Skewness* dan *Kurtosis*.

1. Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov

Uji normalitas ini dapat dikatakan bahwa distribusi data normal jika Sig. > 0,05.

Tabel 11. Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,94778958
Most Extreme Differences	Absolute	,052
	Positive	,052
	Negative	-,050
Kolmogorov-Smirnov Z		,404
Asymp. Sig. (2-tailed)		,997

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Pengujian menunjukkan bahwa Sig. bernilai 0,997 sehingga data dapat dikatakan berdistribusi normal.

2. Uji Normalitas dengan Skewness-Kurtosis

Uji normalitas ini dapat dikatakan bahwa distribusi data normal jika nilai *statistics. Skewness/Std Error Skewness* dan nilai *statistics Kurtosis/Std Error Kurtosis* berada antara -2 dan 2.

Tabel 12. Hasil Uji Normalitas X1 (Kemampuan) Descriptive Statistics

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Kemampuan	60	-,472	,309	,166	,608
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Untuk *Skewness* diperoleh penghitungan (-0,472) : (0,309) = (-1,527) dan untuk *Kurtosis* (-0,166) : (0,608) = (-0,273).

Karena hasil keduanya berada di antara interval -2 dan 2, maka untuk produk datanya berdistribusi normal.

Tabel 13. Hasil Uji Normalitas X2 (Sikap) Descriptive Statistics

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Sikap	60	-,466	,309	1,188	,608
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Untuk *Skewness* diperoleh penghitungan $(-0,466) : (0,309) = (-1,508)$ dan untuk *Kurtosis* $(1,188) : (0,608) = (1,953)$. Karena hasil keduanya berada di antara interval -2

dan 2, maka untuk produk datanya berdistribusi normal.

Tabel 14. Hasil Uji Normalitas X3 (Penampilan)
Descriptive Statistics

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Penampilan	60	-,054	,309	,142	,608
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Untuk *Skewness* diperoleh penghitungan $(-0,054) : (0,309) = (-0,174)$ dan untuk *Kurtosis* $(0,142) : (0,608) = (0,233)$. Karena

hasil keduanya berada di antara interval -2 dan 2, maka untuk produk datanya berdistribusi normal.

Tabel 15. Hasil Uji Normalitas X4 (Perhatian)
Descriptive Statistics

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Perhatian	60	-,099	,309	-,338	,608
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Untuk *Skewness* diperoleh penghitungan $(-0,099):(0,309) = (-0,320)$ dan untuk *Kurtosis* $(-0,338):(0,608) = (-0,555)$. Karena

hasil keduanya berada di antara interval -2 dan 2, maka untuk produk datanya berdistribusi normal.

Tabel 16. Hasil Uji Normalitas X5 (Tindakan)
Descriptive Statistics

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Tindakan	60	,525	,309	,035	,608
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Untuk *Skewness* diperoleh penghitungan $(0,525):(0,309) = (1,699)$ dan untuk *Kurtosis* $(0,035):(0,608) = (0,057)$. Karena

hasil keduanya berada di antara interval -2 dan 2, maka untuk produk datanya berdistribusi normal.

Tabel 17. Hasil Uji Normalitas X6 (Tanggungjawab)
Descriptive Statistics

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Tanggungjawab	60	,008	,309	-,441	,608
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Untuk *Skewness* diperoleh penghitungan $(0,008):(0,309) = (0,025)$ dan untuk *Kurtosis* $(-0,441):(0,608) = (-0,725)$. Karena

hasil keduanya berada di antara interval -2 dan 2, maka untuk produk datanya berdistribusi normal.

Tabel 18. Hasil Uji Normalitas Y (Kepuasan Tamu)
Descriptive Statistics

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Kepuasan_Tamu	60	-,504	,309	,207	,608
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Untuk *Skewness* diperoleh penghitungan $(-0,504):(0,309) = (-1,631)$ dan untuk *Kurtosis* $(0,207):(0,608) = (0,340)$. Karena hasil keduanya berada di antara interval -2 dan 2, maka untuk produk datanya berdistribusi normal.

Hasil Uji Homogenitas

Uji homogenitas bertujuan untuk melihat apakah dua atau lebih kelompok data berasal dari populasi yang memiliki variansi yang hampir sama. Kelompok data dikatakan homogen apabila nilai Sig. pada output menunjukkan hasil $> 0,05$.

Tabel 19. Hasil Uji Homogenitas X1 (Kemampuan)

	Hasil Sig.	Nilai Uji	Keterangan
X1_1	0,024	0,05	Tidak Homogen
X1_2	0,365	0,05	Homogen
X1_3	0,285	0,05	Homogen

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Tabel 20. Hasil Uji Homogenitas X2 (Sikap)

	Hasil Sig.	Nilai Uji	Keterangan
X2_4	0,438	0,05	Homogen
X2_5	0,339	0,05	Homogen
X2_6	0,326	0,05	Homogen

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Tabel 21. Hasil Uji Homogenitas X3 (Penampilan)

	Hasil Sig.	Nilai Uji	Keterangan
X3_7	0,001	0,05	Tidak Homogen
X3_8	0,223	0,05	Homogen
X3_9	0,247	0,05	Homogen

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Tabel 22. Hasil Uji Homogenitas X4 (Perhatian)

	Hasil Sig.	Nilai Uji	Keterangan
X4_10	0,442	0,05	Homogen
X4_11	0,279	0,05	Homogen
X4_12	0,372	0,05	Homogen

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Tabel 23. Hasil Uji Homogenitas X5 (Tindakan)

	Hasil Sig.	Nilai Uji	Keterangan
X5_13	0,475	0,05	Homogen
X5_14	0,762	0,05	Homogen
X5_15	0,465	0,05	Homogen

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Tabel 24. Hasil Uji Homogenitas X6 (Tanggungjawab)

	Hasil Sig.	Nilai Uji	Keterangan
X6_16	0,280	0,05	Homogen
X6_17	0,496	0,05	Homogen
X6_18	0,972	0,05	Homogen

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Tabel 25. Hasil Uji Homogenitas X7 (Kepuasan Tamu)

	Hasil Sig.	Nilai Uji	Keterangan
X7_19	0,061	0,05	Homogen
X7_20	0,135	0,05	Homogen
X7_21	0,050	0,05	Homogen

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa hanya ada dua sampel yang tidak homogen, yaitu pada X1 adalah kemampuan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sesuai harapan tamu, dan X3 adalah kebiasaan rapi, bersih dan serasi karyawan dalam memakai sepatu, seragam, serta tidak memakai perhiasan atau aksesoris yang berlebihan.

Hasil Uji Korelasi Parsial

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel yang datanya kuantitatif. Hasil dapat dilihat dari tingkat signifikansi, jika hasil Sig. < 0,05 maka uji tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan antara dua variabel dengan mengontrol atau menyesuaikan efek dari satu atau lebih variabel lain.

Tabel 26. Hasil Uji Korelasi Parsial X1 (Kemampuan)

	Hasil Sig.	Nilai Uji	Keterangan
X1 & X2	0,041	0,05	Berkorelasi
X1 & X3	0,041	0,05	Berkorelasi
X1 & X4	0,033	0,05	Berkorelasi
X1 & X5	0,025	0,05	Berkorelasi
X1 & X6	0,039	0,05	Berkorelasi

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Tabel 27. Hasil Uji Korelasi Parsial X2 (Sikap)

	Hasil Sig.	Nilai Uji	Keterangan
X2 & X1	0,033	0,05	Berkorelasi
X2 & X3	0,031	0,05	Berkorelasi
X2 & X4	0,031	0,05	Berkorelasi
X2 & X5	0,020	0,05	Berkorelasi
X2 & X6	0,040	0,05	Berkorelasi

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Tabel 28. Hasil Uji Korelasi Parsial X3 (Penampilan)

	Hasil Sig.	Nilai Uji	Keterangan
X3 & X1	0,007	0,05	Berkorelasi
X3 & X2	0,006	0,05	Berkorelasi
X3 & X4	0,006	0,05	Berkorelasi
X3 & X5	0,012	0,05	Berkorelasi
X3 & X6	0,032	0,05	Berkorelasi

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Tabel 29. Hasil Uji Korelasi Parsial X4 (Perhatian)

	Hasil Sig.	Nilai Uji	Keterangan
X4 & X1	0,004	0,05	Berkorelasi
X4 & X2	0,038	0,05	Berkorelasi
X4 & X3	0,017	0,05	Berkorelasi
X4 & X5	0,005	0,05	Berkorelasi
X4 & X6	0,007	0,05	Berkorelasi

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Tabel 30. Hasil Uji Korelasi Parsial X5 (Tindakan)

	Hasil Sig.	Nilai Uji	Keterangan
X5 & X1	0,008	0,05	Berkorelasi
X5 & X2	0,040	0,05	Berkorelasi
X5 & X3	0,012	0,05	Berkorelasi
X5 & X4	0,027	0,05	Berkorelasi
X5 & X6	0,006	0,05	Berkorelasi

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Tabel 31. Hasil Uji Korelasi Parsial X6 (Tanggungjawab)

	Hasil Sig.	Nilai Uji	Keterangan
X6 & X1	0,001	0,05	Berkorelasi
X6 & X2	0,001	0,05	Berkorelasi
X6 & X3	0,002	0,05	Berkorelasi
X6 & X4	0,001	0,05	Berkorelasi
X6 & X5	0,001	0,05	Berkorelasi

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk menguji dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen secara bersamaan. Untuk

menginterpretasi uji regresi linier ganda, dapat dilihat dari nilai R. semakin nilai R mendekati angka 1, maka korelasi semakin kuat.

Tabel 32. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	,698 ^a	,487	,428		1,03886

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	,698 ^a	,487	,428		1,03886

a. Predictors: (Constant), Tanggungjawab, Perhatian, Tindakan, Sikap, Kemampuan, Penampilan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Tamu

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Diperoleh R sebesar 0,698 yang artinya tingkat hubungan antara variabel X yaitu kemampuan, sikap,

penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggungjawab dengan variabel Y yaitu kepuasan tamu adalah kuat.

Implikasi Hasil Penelitian

Hasil olah data menggunakan program SPSS 19.0 menunjukkan bahwa setiap pertanyaan dari kuesioner adalah valid, dapat dilihat dari hasil uji validitas yang menunjukkan bahwa nilai r hitung > dari r tabel yang bernilai 0,2144. Hasil uji reabilitas menunjukkan *Cronbach Alpha* sebesar 0,750 sehingga instrumen penelitian yang digunakan dikatakan reliabel atau dapat dipercaya.

Berdasarkan uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* memiliki nilai Sig. 0,997 sehingga data dapat dikatakan berdistribusi normal, dengan ketentuan nilai Sig. > 0,05. Uji normalitas dengan *Skewness-Kurtosis*, variabel dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai *statistic Skewness/Std. Error Skewness* dan nilai *statistic Kurtosis/Std. Error Kurtosis* berada di antara -2 dan 2, yaitu X1 (Kemampuan) bernilai -1,527 dan 0,273; X2 (Sikap) bernilai -1,508 dan 1,953; X3 (Penampilan), bernilai -0,174 dan 0,233; X4 (Perhatian) bernilai sebesar -0,320 dan -0,555; X5 (Tindakan) bernilai 1,699 dan 0,057; X6 (Tanggungjawab) bernilai 0,025 dan -0,725; dan Y (Kepuasan Tamu) bernilai -1,631 dan 0,340. Hasil dari uji ini menunjukkan bahwa semua variabel yang terdapat dalam kuesioner berdistribusi normal.

Uji homogenitas memiliki ketentuan jika nilai Sig. > 0,05 maka sampel tersebut berasal dari varian yang sama (homogen). Dari hasil uji homogenitas menunjukkan hanya ada dua sampel yang tidak

homogen, yaitu pada X1 adalah kemampuan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sesuai harapan tamu memiliki nilai Sig. 0,024, dan X3 adalah kebiasaan rapi, bersih dan serasi karyawan dalam memakai sepatu, seragam, serta tidak memakai perhiasan atau aksesoris yang berlebihan memiliki nilai Sig. 0,001.

Uji korelasi parsial menunjukkan adanya hubungan antara dua variabel dengan menyesuaikan efek dari satu atau lebih variabel lain. Hasil dari uji korelasi parsial menunjukkan bahwa semua komponen variabel memiliki korelasi terhadap variabel lain karena nilai Sig. dari semua variabel < 0,05.

Uji regresi linier berganda digunakan untuk menguji dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen secara bersamaan, semakin R nya mendekati angka 1, maka korelasi semakin kuat. Hasil uji regresi linier berganda didapat nilai R sebesar 0,698 yang artinya hubungan antara variabel independen yaitu kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab dengan variabel independen yaitu kepuasan tamu adalah kuat.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karyawan di Hotel Novotel Solo telah menerapkan pelayanan prima dan tamu yang menginap merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Ciri-ciri pelayanan yang diterapkan karyawan dalam melayani tamu VIP di Hotel Novotel Solo dilihat dari dimensi pelayanan prima A6, yaitu: *ability* (X1), *attitude* (X2), *appearance* (X3), *attention* (X4), *action* (X5), dan *accountability* (X6) dengan variabel-variabel yang terdapat dalam dimensi pelayanan prima tersebut telah diuji untuk diketahui tingkat validitasnya, tingkat reliabilitasnya, kenormalan data dan kehomogenan data. Untuk tingkat validitas datanya diperoleh hasil bahwa seluruh variabel adalah valid dikarenakan hasil uji r hitung $>$ dari r tabel 0,2144. Untuk tingkat reliabilitasnya, kuesioner yang disebar dapat dipercaya atau reliabel dikarenakan nilai *Cronbach Alpha* 0,750 $>$ 0,60. Uji kenormalan data dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* didapat hasil Sig. 0,997 $>$ 0,05 sehingga dapat dikatakan data berdistribusi normal, sedangkan untuk uji kenormalan data dengan menggunakan uji *Skewness-Kurtosis*, semua variabel berdistribusi normal dikarenakan nilai *statistics Skewness/Std. Error Skewness* dan nilai *statistics Kurtosis/Std. Error Kurtosis* bernilai di antara -2 dan 2. Dari hasil uji homogenitas menunjukkan hanya ada dua sampel yang tidak homogen dikarenakan nilai Sig. $<$ 0,05, yaitu pada X1 adalah kemampuan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sesuai harapan tamu memiliki nilai Sig. 0,024, dan X3 adalah kebiasaan rapi, bersih dan serasi

karyawan dalam memakai sepatu, seragam, serta tidak memakai perhiasan atau aksesoris yang berlebihan memiliki nilai Sig. 0,001.

2. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu VIP di Hotel Novotel Solo menunjukkan bahwa karyawan di Hotel Novotel Solo telah menerapkan pelayanan prima dan tamu yang menginap merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Hal ini berdasarkan uji korelasi parsial yang menunjukkan bahwa semua variabel dari dimensi pelayanan prima memiliki nilai Sig. $<$ 0,05 dan uji regresi linier diperoleh R sebesar 0,698 yang artinya hubungan antara pelayanan prima yang dilakukan karyawan dengan kepuasan tamu adalah kuat.

Saran

Dari hasil penelitian ini maka penulis mencoba memberi saran sebagai berikut:

1. Penerapan dimensi pelayanan prima di Hotel Novotel Solo pada dasarnya sudah baik, tetapi tidak semua tamu merasa puas dengan semua pelayanan prima yang telah diberikan, oleh karena itu pelayanan prima perlu terus ditingkatkan seiring dengan persaingan bisnis jasa perhotelan yang semakin meningkat dewasa ini.
2. Untuk dapat meningkatkan pelayanan prima, pihak manajemen hotel harus selalu mengadakan pendidikan dan pelatihan kepada sumber daya manusia mengenai pengertian tentang *service excellence*, yang penerapannya dimensinya disesuaikan departemen sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya.
3. Untuk *General Manager* harus *welcome* secara pribadi saat kedatangan tamu VIP dan harus *seeing off* juga pada saat tamu VIP meninggalkan hotel.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusyana, Yus. 2011. *Olah Data Skripsi dan Penelitian dengan SPSS 19*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Barata, Atep Adya. 2004. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Gramedia.
- 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima, Persiapan Membangun Budaya Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Dimiyati, Aan Surachlan. 1989. *Dasar-Dasar Kantor Depan Hotel*. Yogyakarta: Andi.
- 1989. *Pengetahuan Dasar Perhotelan Cetakan Pertama*. Jakarta : CV. Deviri Ganan.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- J.Spillane, James. 1987. *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*. Jakarta: Kanisius.
- Kodyat, Ramaini. 1992. *Kamus Pariwisata dan Perhotelan*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Parasuraman, Leonard L.Berry. 1990. *Delivering Quality*. The Free Press. New York.
- , Zeithaml and Berry. 1985. *Pelayanan Pelanggan Yang Sempurna*. Yogyakarta: Kunci Ilmu.
- Poerwadarminta, W.J.S. 1992. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sadili, Hasan. 1996. *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, S. & Tjiptono F. 2002. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- 2007. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- 2009. *Metode Penelitian Administrasi*. Jakarta: Asdi Mahasatya.
- Sukmawati, Indah. *Thesis "Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Loyalitas Pada Prima Swalayan"*. BAB II.ps. Diligib UIN-Malang.
- Suwithi, Ni Wayan. 1994. *Akomodasi Perhotelan Jilid2 SMK*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yoeti, Oka A. 1980. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa
- www.bukabuku.com. Endar Sugiarto, MM-Toko Buku Online.