

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN *FRONT OFFICE DEPARTMENT* TERHADAP KEPUTUSAN TAMU MENGINAP PADA HOTEL PARDEDE *INTERNATIONAL* MEDAN

Yulvitriyani Br Sebayang, S.Pd.,M.Pd

yulvitriyanisebayang@gmail.com -081263093015

Dosen Progran Studi Perhotelan Politeknik Mandiri Bina Prestasi Medan

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di *front office department* pada Hotel Pardede International Medan. Untuk melihat kualitas pelayanan karyawan front office, keputusan menginap tamu dan pengaruh kuliatas pelayanan karyawan terhadap keputusan menginap tamu. Pariwisata memiliki salah satu sector yaitu Hotel. Di dalam Hotel terdapat *front Office Department* yang merupakan *First and Last Impression* tamu terhadap kualitas hotel ,*front office department* harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dimensi kualitas pelayanan dengan baik agar tercipta citra hotel yang positif, karena kualitas pelayanan karyawan *Front Office Department* kuat hubungannya dengan citra hotel , citra hotel yang baik akan menjadi salah satu faktor tamu dalam mengambil keputusan untuk menginap. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam merumuskan kebijakan pada Hotel Pardede International Medan, khususnya di *front office department*.

Kata Kunci: *kualitas, pelayanan, keputusan menginap*

I. PENDAHULUAN

Pelayanan jasa yang berkualitas berdampak pada pemenuhan kepuasan konsumen, yang pada akhirnya akan meningkatkan keberhasilan sebuah hotel. Sedangkan rendahnya kualitas yang diberikan akan membangun citra buruk bagi hotel dimana konsumen yang tidak puas cenderung menceritakan kepada rekan-rekannya, begitu juga sebaliknya.

Selama penulis melakukan penelitian di *Front Office Department* Hotel Pardede *International*, penulis menemukan beberapa permasalahan di *Front Office* yang tidak sesuai dengan kualitas pelayanan yang akan berpengaruh terhadap keputusan menginap pada hotel Pardede *International* Medan , oleh karena itu penulis melakukan *Pra survey* untuk menguji apakah kualitas pelayanan selama ini sudah sesuai dengan harapan tamu atau sebaliknya, Peneliti melakukan *pra survey* sebagai berikut terhadap 25 orang tamu/responden yang menginap di hotel pardede *international* secara acak.

Hal ini bisa dilihat pada tabel 1.1 *Pra survey* kualitas pelayanan di Hotel Pardede *International* Medan.

Berdasarkan pada pernyataan di bawah maka peneliti menjelaskan beberapa persepsi konsumen / tamu pada indikator keandalan (

reability) bahwasannya dominasi jawaban responden setuju sebanyak 5 orang dan tidak setuju sebanyak 10 orang yang artinya kualitas pelayanan masih sangat kurang akan tetapi konsumen / tamu lainnya merasa setuju atas pelayanan yang baik di pardede *international* medan.

Tabel 1.1. Pra Survey Kualitas Pelayanan

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Keandalan (Reliability)						
1	Karyawan <i>front office department</i> melayani tamu dengan handal dan sigap pada saat proses <i>check in & check out</i> maupun selama menginap.	2	10	8	5	-
Ketanggapan (Responsive)						
2	Karyawan <i>front office department</i> cepat dalam menanggapi semua keluhan dan permintaan tamu selama menginap	3	7	11	4	-
Jaminan (Assurance)						
3	Karyawan <i>front office department</i> memberikan <i>service excellent</i> terhadap tamu selama periode menginap	3	8	9	4	1
Empati (Empathy)						
4	Karyawan <i>front office department</i> selalu siap dan tanggap dalam memberikan pelayanan walaupun tanpa diminta oleh tamu	3	8	11	2	1

Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)						
5	Karyawan <i>front office department</i> selalu senyum , berpenampilan menarik, bersih dan wangi pada saat bekerja	1	8	13	3	-

Sumber Diolah Oleh Peneliti (2023)

Indikator ketanggapan (*responsive*) jawaban konsumen / tamu didominasi persepsi kurang setuju sebanyak 11 orang artinya masih diragukan dan tidak sepenuhnya setuju hal ini terjadi karena *Receptionist* dan *Bellboy* tidak selalu ada di *counter* pada saat jam kerja sehingga mengakibatkan tamu enggan bertanya mengenai hotel dan lebih buruknya mengakibatkan tamu *complaint* .

Pernyataan indikator jaminan (*assurance*) konsumen / tamu berpersepsi bahwa mereka tidak setuju karyawan *front office department* memberikan *service excellence* selama periode menginap dan sebanyak 4 orang setuju dan 8 orang setuju hal ini sangat signifikan artinya jika tidak ada peningkatan maka para tamu sangat mempertimbangkan untuk menginap di hotel *pardede international* medan.

Sebanyak 11 orang konsumen / tamu menyatakan kurang setuju artinya karyawan *front office department* kurang empati (*emphaty*), hal ini terjadi berdasarkan pengalaman penulis selama melakukan penelitian terjadi karena kurangnya inisiatif resepsionis untuk menawarkan produk lain yang ada di hotel selain kamar , dan *bellboy* juga tidak langsung inisiatif untuk menawarkan bantuan kepada tamu pada saat *check-in & check out* .

Pada indikator terakhir bukti fisik (*tangible*) sebanyak 3 orang setuju dan 8 orang tidak setuju , ini artinya penampilan fisik (*grooming*) karyawan *front office department* sangat jauh dengan apa yang diharapkan tamu, hal ini juga dirasakan penulis selama melakukan penelitian karyawan *front office department* belum siap secara fisik dan seringkali mempersiapkan diri dimeja resepsionis dimana kurang elok jika dilihat tamu. Pra *Survey* keputusan menginap pada hotel *Pardede International Medan* dibawah ini :

Tabel 1.2. Pra Survey Keputusan Menginap pada Hotel Pardede International Medan

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
Introduksi keperluan						

1	Saya memilih untuk menginap di hotel <i>pardede international</i> medan karena sesuai dengan kebutuhan saya	-	3	6	13	3
---	---	---	---	---	----	---

Penghimpunan data

2	Saya memilih untuk menginap di hotel <i>pardede international</i> medan karena sudah mendapatkan banyak ulasan positif oleh para tamu yang pernah menginap	2	7	10	5	1
---	--	---	---	----	---	---

Keputusan menginap

3	Saya memutuskan untuk menginap di hotel <i>pardede international</i> medan karena merupakan salah satu hotel terbaik di medan	1	8	5	8	3
---	---	---	---	---	---	---

Penilaian opsional

4	Saya memilih hotel <i>pardede international</i> medan karena beberapa faktor yang menguntungkan saya secara pribadi	-	6	4	10	5
---	---	---	---	---	----	---

Sikap setelah menginap

5	Saya merasa <i>satisfied</i> terhadap pelayanan hotel <i>pardede international</i> medan dan tidak ragu untuk kembali menginap dan merekomendasikannya kepada teman	2	10	8	3	2
---	---	---	----	---	---	---

Sumber Diolah Oleh Peneliti (2023)

Berdasarkan pada pernyataan di atas maka peneliti menjelaskan beberapa persepsi konsumen pada indikator introduksi keperluan bahwasannya dominasi jawaban responden setuju sebanyak 13 orang dan tidak setuju sebanyak 3 orang yang artinya *Pardede international Medan* merupakan salah satu pilihan hotel yang dibutuhkan tamu Pada penghimpunan data sebanyak 10 orang kurang setuju bahwasanya keputusan tamu menginap karena sudah mendapatkan ulasan positif di media *online* dan juga bukan pertimbangan besar tamu untuk menginap , pada keputusan menginap sebanyak 8 orang setuju dan tidak setuju bahwasanya hotel *pardede international* merupakan hotel terbaik medan ini artinya posisi *pardede international* medan di mata konsumen netral tidak baik dan tidak buruk.

Pada indikator penilaian opsional sebanyak 10 orang tamu setuju bahwasanya ada beberapa faktor yang menguntungkan konsumen / tamu dalam memilih *pardede international* medan sebagai akomodasi menginap. Menurut penulis salah satu faktornya karena letaknya sangat strategis dan berada dipusat kota , terakhir yaitu sikap setelah menginap ada 10 responden / tamu kurang puas akan pelayanan karyawan pada

hotel *paradede international* medan dan enggan untuk merekomendasikannya sebagai pilihan akomodasi untuk menginap.

Maka Berdasarkan uraian di atas maka penulis mengangkat permasalahan pengaruh kualitas pelayanan karyawan *front office department* terhadap keputusan tamu menginap sebagai objek penelitian.

II. LANDASAN TEORI

Menurut Sinambela (2016:16) *Front office department* merupakan salah satu departemen yang berhubungan langsung kepada tamu ketika tamu *check-in* sampai tamu *check-out*. *front office* juga dikenal sebagai *the first and last impression of the guest*. Artinya, bagian inilah yang pertama dan yang terakhir bagi tamu. Tamu akan datang di hotel dan akan datang dulu di bagian *front office*, dan pada waktu *checkout* pun tamu harus berhubungan dengan staff di *front office*, jadi sudah sewajarnya bila kesan yang mendalam akan tercipta di bagian *front office*.

Adapun seksi - seksi yang terdapat di *Front Office Department* adalah (Sinambela, 2016:17-19) :

a. Seksi Pemesanan Kamar Hotel (*Reservation Section*)

Seksi ini berperan dan berfungsi sebagai seksi yang memperlancar pelayanan pemesanan kamar hotel bagi tamu perorangan, tamu rombongan dan tamu penting (*VIP*) yang ditangani oleh petugas penerima pesanan kamar, pada umumnya tamu yang datang menginap di hotel memesan kamar terlebih dahulu, agar supaya kalau tamu datang pada saatnya mendapat kamar yang diinginkan, kegiatan seksi pemesanan kamar meliputi pelayanan permintaan kamar, memproses pemesanan kamar yang sudah diterima, termasuk pengisian pemesanan kamar dan laporan-laporan lainnya.

b. Seksi Penerimaan Tamu (*Reception*)

adalah seksi dari bagian *front office* yang bertanggung jawab atas semua tamu yang baru datang (*check-in*), tamu yang sudah tinggal, dan tamu yang berangkat (*check-out*), tamu tersebut meliputi tamu biasa, perorangan, tamu *VIP* dan juga rombongan. Kegiatan seksi penerimaan tamu meliputi persiapan sebelum tamu tiba, saat tamu mendaftar di *reception counter* (*check-in*), pelayanan penitipan dan pengambilan kunci-kunci tamu, pelayanan tamu pindah kamar dan tamu yang berangkat dari hotel (*check-out*), termasuk proses administrasi, arsip dan laporan

– laporan.

c. Seksi Pelayanan Barang (*concierge*) adalah seksi dari bagian *front office* yang bertanggung jawab atas semua pelayanan barang bawaan tamu yang dibawa masuk ke hotel, dibawa keluar hotel dan yang ditiptkan di *porter room*, kegiatan seksi pelayanan barang ini meliputi perhitungan jenis dan jumlah barang bawaan tamu, baik yang dibawa *check-in*, *check-out* maupun ditiptkan.

d. Seksi Operator Telepon (*Telephone Operator*)

merupakan hal yang sangat penting, seksi ini berperan memberi pelayanan jasa telepon pada tamu yang menginap di hotel, serta pada tamu di luar hotel yang yang berkepentingan. Perkembangan sistem komunikasi sekarang ini sangat menguntungkan dunia pariwisata khususnya perhotelan, dengan kemajuan teknik komunikasi saat ini, jarak tidak menjadi penghalang melakukan komunikasi. Tamu–tamu hotel, wisatawan yang akan memesan atau berkunjung ke hotel akan sangat senang apabila hubungan telepon, faksimile dan telex lancar. Kemajuan teknik komunikasi terutama harus didukung pula oleh petugas operator telepon, pelayanan yang baik harus dilengkapi dengan ramah, sopan dan kemampuan bahasa yang memadai, walaupun dalam tugas sehari–hari para operator telepon tidak langsung bertemu tamu, tetapi tugas tersebut sangat penting.

e. Seksi Informasi (*Information Section*)

adalah seksi dari *front office* yang bertanggung jawab atas pelayanan informasi tamu, baik tamu luar maupun tamu – tamu hotel sendiri, bagi hotel kecil dan sedang, seksi ini tidak ada, karena tugas – tugas informasi tamu dirangkap oleh petugas resepsionis, untuk hotel yang besar, seksi ini diperlukan agar pelayanan informasi tepat dan profesional, kegiatan seksi informasi meliputi penyediaan data–data yang akurat bagi tamu–tamu hotel, titipan para tamu, titipan barang untuk tamu, surat, maupun dokumen termasuk pengiriman surat, dan *faximile*. Informasi merupakan salah satu sumber yang penting untuk *front office* yang sehari–hari bertugas memeriksa setiap keterangan yang diperlukan tamu hotel maupun tamu luar, oleh karena itu petugas informasi selalu harus siap untuk melayani orang yang membutuhkan keterangan.

f. Seksi Pembayaran (*Cashier*)

Kasir *front office* merupakan salah satu seksi

dari kasir umum (*general cashier*) di bawah departemen *Accounting*, kasir bertanggung jawab atas penerimaan uang pembayaran tamu, seksi ini terletak dengan seksi penerimaan tamu, yang mengumpulkan rekening tamu yang menggunakan fasilitas hotel yang ada seperti rekening kamar, makan, minum, laundry dan lainnya.

Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia didefinisikan sebagai cara meladeni dan kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Hal ini juga berlaku untuk keberlangsungan sebuah hotel, karena hotel merupakan salah satu usaha yang mengandalkan jasa maka pelayanan merupakan salah satu indikator konsumen dalam memilih / membeli sebuah produk.

Menurut Davidoff (Thio, 2001: 62-63) mengategorikan *service* menjadi 2 yaitu

1. *Visible Service*

Yaitu *service* yang dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh konsumen. *Service* ini disediakan oleh karyawan yang langsung bertatap muka dengan konsumen contohnya : karyawan di bagian *front office*, pelayan yang melayani di restoran, dan lain-lain.

2. *Invisible Service*

Yaitu *service* yang tidak dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh konsumen. *Service* ini menunjang *visible* sistem. Contohnya: Karyawan di bagian akuntansi, personalia, dan lain-lain. Ada tiga karakteristik utama dari produk *service* yang membedakannya dengan produk ritel yaitu:

a. *Relative Intangibility of services*

Kenyataan bahwa konsumen tidak mendapatkan “sesuatu barang” sebagai hasil dari sebuah *service*. Hasil dari sebuah *service* lebih sering berupa pengalaman daripada kepemilikan (*possession*).

Contohnya: seorang penumpang kereta api membeli sebuah tiket, produk riilnya adalah transportasi dari satu kota ke kota lainnya dan ia memperoleh pengalaman dari perjalanannya entah itu makanannya ataupun pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kereta api tersebut bukannya ia mendapat sesuatu barang.

b. *Simultaneity of Service Production and Consumption*

Adanya tenggang waktu antara produksi dan konsumsi dari produk *service* dan produk ritel. Tidak seperti perusahaan manufaktur

mobil yang terdapat tenggang waktu antara mobil itu diproduksi dan mobil itu dikonsumsi, *service* biasanya diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang sama oleh karena itu tidak ada *inventory* untuk *service*. Oleh karena itu produk *service* tersebut tidak dapat disimpan (*unperishable*).

Contohnya : bila kamar hotel tidak terjual pada hari ini maka tidak dapat dijual kembali pada hari berikutnya, tiket pesawat hari ini yang tidak terjual tidak dapat digunakan untuk hari berikutnya .

c. *Customer Participation*

Konsumen dari perusahaan *service* berpartisipasi dalam menciptakan suatu *service*. *Service* tidak mungkin tercipta tanpa adanya input dari konsumen. Jadi *service* tidak akan ada tanpa bantuan dari konsumen. *Service* melibatkan dua belah pihak yaitu konsumen dan penyedia jasa.

Tjiptono (Sulistiono, 2010:18) menyatakan bahwa perilaku konsumen jasa terdiri dari tiga tahap yaitu prapembelian, konsumsi, dan evaluasi purna beli. Tahap prapembelian mencakup semua aktivitas konsumen yang terjadi sebelum terjadi transaksi pembelian dan pemakaian jasa. Tahap ini meliputi tiga proses, yaitu identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif. Tahap konsumsi merupakan tahap proses keputusan konsumen, dimana konsumen membeli atau menggunakan produk atau jasa. Sedangkan tahap evaluasi purnabeli merupakan tahap proses pembuatan konsumen sewaktu konsumen menentukan apakah konsumen sudah telah melakukan keputusan pembelian yang tepat. Menurut Kotler (Ranto, 2014 : 208) ada lima tahap dalam proses keputusan pembelian, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Model ini mempunyai anggapan bahwa para konsumen melakukan lima tahap dalam melakukan pembelian. Kelima tahap diatas tidak selalu terjadi, khususnya dalam pembelian yang tidak memerlukan keterlibatan yang tinggi dalam pembelian. Para konsumen dapat melewati beberapa tahap dan urutannya tidak sesuai.

a. Faktor keputusan menginap

Selama masa pandemi ini strategi perusahaan hotel harus selalu diperbarui, khususnya mempertimbangkan perubahan-perubahan selera atau tuntutan konsumen akibat

pandemi *COVID-19*. Sejalan dengan diberlakukannya masa “*new normal*” dan harapan akan pulihnya kondisi seperti yang dialami oleh beberapa negara seperti Vietnam dan *New Zealand*, maka semua orang akan memulai lagi untuk melakukan perjalanan . Namun demikian dengan masih adanya resiko kesehatan yang terkait dengan pandemi serta adanya dampak ekonomi dari pandemi yang telah berlangsung sejak awal tahun 2020 ini akan dapat membuat perubahan terhadap faktor-faktor yang berperan terhadap keputusan seorang individu untuk menginap ataupun menggunakan layanan hotel lainnya.

Menurut Sitongan (2021 : 2) Salah satu cara agar dapat mengetahuinya dengan mencari faktor mana yang paling dominan pada pengambilan keputusan tersebut yang dapat bermanfaat bagi pihak manajemen hotel untuk membuat sejumlah perubahan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

- 1) Faktor harga
- 2) Faktor kepribadian dan pelayanan karyawan
- 3) Faktor motivasi dan gaya hidup
- 4) Faktor rekomendasi grup
- 5) Faktor kenyamanan
- 6) Faktor mice (*Meeting, Incentive, Convention and Exhibition*)
- 7) Faktor citra hotel
- 8) Faktor keamanan
- 9) Faktor *review* pelanggan
- 10) Faktor kebersihan dan fasilitas kesehatan

III. METODE PENELITIAN

A. JJ Subjek Penelitian

1. Subjek Penelitian
Subjek penelitian adalah tamu yang menginap pada Hotel Pardede *International Medan*.
2. Objek Penelitian
Objek penelitian ini adalah: a) Kualitas pelayanan karyawan *Front Office Department*, b) Keputusan tamu menginap, c) Pengaruh kualitas pelayanan karyawan *Front Office Department* terhadap keputusan tamu menginap

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data
Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, data kuantitatif.
 - a. Data kuantitatif

Dalam hal ini data kuantitatif yang diperlukan adalah: Jumlah karyawan, jumlah tamu menginap, *occupancy* hotel, jumlah sarana dan prasarana, dan hasil angket.

2. Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, data penelitian dapat dikelompokkan dalam dua jenis, yaitu data primer dan sekunder.

a. Data primer

Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari responden, yaitu para tamu atau konsumen yang datang untuk melakukan hunian, liburan atau bisnis di Hotel Pardede *International Medan* dengan cara mengisi angket mengenai identitas responden, bobot kepentingan dari pelayanan yang diterima dan bobot kualitas dari pelayanan yang diberikan.

b. Data sekunder

Data sekunder diperoleh dari dokumen yang telah tersedia pada Hotel Pardede *International Medan*.

C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data pada penelitian ini, maka penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi
penulis melakukan observasi langsung di hotel Pardede *International Medan* dan ditempatkan dibagian *back office*.
2. Angket (kuesioner)
Dalam hal angket penulis melakukan penyebaran angket sesuai dengan indikator kualitas pelayanan dan keputusan tamu menginap yang ditujukan terhadap tamu yang menginap dengan metode *random sampling* (sampel acak).
3. Studi Kepustakaan
Studi kepustakaan penulis melakukan metode terakhir ini dengan mencari sumber informasi melalui buku, Jurnal penelitian, media massa/ media cetak dan beberapa referensi dari peneliti terdahulu.

D. Teknik Analisis Data

Metode analisis data terbagi dari beberapa teknis, yaitu :

1. Hipotesis
Dalam hal ini penulis akan menguji apakah kualitas pelayanan di departemen *Front Office*

berpengaruh signifikan terhadap keputusan tamu menginap atau tidak.

H_0 = Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap di Hotel Pardede *International* Medan

H_1 = Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap di Hotel Pardede *International* Medan

2. Metode Deskriptif

Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia.

3. Skala Likert

Skala Likert (Sulistiono, 2010:53) Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Skala Likert itu “aslinya” untuk mengukur kesetujuan dan ketidaksetujuan seseorang terhadap sesuatu objek, yang jenjangnya bisa tersusun atas dapat dilihat pada Tabel 3.1 dibawah ini :

Tabel 3.1 : Skala Likert

Skala Likert	Nilai
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral antara setuju dan tidak (N)	3
Kurang setuju (KS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

4. Pengujian validitas instrument

Sujarweni (Silaban, 2021 :34) Pembuktian valid tidaknya suatu kuisioner dapat dilihat dari jumlah koefisien sebagai berikut:

$$r_{\text{hitung}} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x) \cdot (\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \cdot \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{hitung} : Koefisien korelasi

$\sum X_i$: Jumlah skor item

$\sum Y_i$: Jumlah skor total (seluruh item)

n : Jumlah responden dengan selanjutnya dihitung dengan uji t dengan rumus t hitung

Jika instrumen itu valid, maka dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks kolerasinya (r) dapat dilihat pada tabel 3.2 dibawah ini sebagai berikut :

Tabel 3.2 : indeks korelasi (r)

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,800 – 1,000	Sangat Tinggi
0,600 – 0,799	Tinggi
0,400 – 0,599	Cukup Tinggi
0,200 – 0,399	Rendah
0,000 – 0,199	Sangat rendah (Tidak Valid)

Sumber : Sujarweni (Silaban, 2021 :34)

5. Uji T

Uji parsial atau uji t-test untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Adapun rumus dari t hitung tersebut adalah :

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

t : Nilai t hitung

r : Koefisien korelasi hasil r_{hitung}

n : Jumlah responden

distribusi (tabel t) untuk $\alpha = 0.05$ dan derajat kebebasan (dk = n-2) kaidah keputusan : jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$

Tahap-tahap pengujian uji t yaitu:

1. Menentukan H_0 dan H_a

a. H_0 : hipotesis yang hendak diuji apakah suatu parameter sama dengan nol $H_0 : \beta_i = 0$

b. H_a : hipotesis alternative apakah suatu parameter tidak sama dengan nol. $H_a : \beta_i \neq 0$

c. menentukan signifikansi $\alpha : 0,05\%$

Kesimpulan:

1. P-value < 0,05, maka H_0 ditolak atau variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

2. P-value > 0,05, maka H_0 diterima atau variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

6. Koefisien Determinan

Nilai koefisien determinasi (*Rsquare*) dapat dipakai untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terakit (Y) dengan syarat uji F dalam analisis regresi bernilai signifikan.

Adapun cara menghitung koefisien Determinan dengan menggunakan rumus berikut (Diana,2018: 89) :

$$KD = (r_{xy})^2 \times 100 \%$$

E. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Terdapat sebanyak 1800 tamu yang menginap pada saat itu.

2. Sampel

Penulis menggunakan metode slovin untuk menentukan jumlah sampel. Setelah jumlah sampel ditentukan maka penulis akan mengajukan pernyataan dalam bentuk angket kepada tamu sesuai dengan jumlah sampel. Adapun metode slovin yaitu (Diana, 2018:87)

$$n = \frac{N}{N.d^2+1} = \frac{1880}{1 + 1880 \cdot (0,10)^2}$$

$$n = \frac{1880}{19,8}$$

$$n = 95$$

Hasil perhitungan metode slovin diperoleh jumlah tamu yang diajukan sampel penelitian sebanyak 95 orang.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Tentang Kualitas Pelayanan *front office department* Pada Hotel Pardede *International* Medan

Tabel 4.1 Angket Tanggapan Tamu Terhadap Kualitas Pelayanan

NO	PERTANYAAN	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%
Kehandalan (<i>reabilty</i>)											
1.	Karyawan <i>Front Office Department</i> melayani tamu dengan handal dan sigap pada saat proses <i>check in & check out</i> maupun selama menginap	9	9,5	21	22	27	28,3	30	31,5	3	3,1
2.	Karyawan <i>Front Office Department</i> selalu cepat dalam memberikan pelayanan terhadap tamu sehingga tamu tidak pernah menunggu lama	7	7,5	20	21	34	25,2	30	31,5	5	5,2
Ketanggapan (<i>Responsive</i>)											
3.	Karyawan <i>Front Office Department</i> selalu cepat dalam menanggapi semua keluhan dan permintaan tamu selama menginap	2	2,1	5	5,3	30	31,5	37	38,8	20	21
4.	Karyawan <i>Front Office Department</i> selalu menawarkan bantuan pada saat tamu <i>check-in & check-out</i> maupun selama menginap	-	-	4	4,2	30	31,5	42	44,1	19	20
Jaminan (<i>Assurance</i>)											
5.	Karyawan <i>Front Office Department</i> memberikan <i>service excellent</i> terhadap tamu selama periode menginap	9	9,5	26	27,3	33	34,7	25	26,2	2	2,1
6.	karyawan <i>Front Office Department</i> selalu memberikan rekomendasi terhadap semua fasilitas yang dimiliki hotel	13	14	24	25,2	36	37,8	22	23,1	1	1
Empati (<i>Empathy</i>)											
7.	Karyawan <i>Front Office Department</i> selalu siap dan tanggap dalam memberikan pelayanan walaupun tanpa diminta oleh tamu	14	15	28	29,5	32	33,6	19	20	2	2,1
8.	Karyawan <i>Front Office Department</i> selalu memastikan kebutuhan tamu pada saat periode menginap	13	13,6	22	23,1	36	37,8	23	24,1	1	1
Bukti fisik (<i>Tangibles</i>)											
9.	Karyawan <i>Front Office Department</i> selalu senyum, berpenampilan menarik bersih dan wangi pada saat bekerja	18	20	21	22	35	36,7	17	17,8	3	3,1
10.	Karyawan <i>Front Office Department</i> selalu memperhatikan kerapihan dan kebersihan di area <i>counter</i> hingga sekitar <i>lobby</i> hotel	13	13,6	31	32,6	32	33,6	15	15,7	4	4,2
	TOTAL	99	11	202	21	325	33	260	28	60	7

Sumber : Hasil Olahan Data (2023)

Dari sepuluh pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa pada indikator kehandalan (*Reabilty*) dan ketanggapan (*Responsive*) pada karyawan *Front Office department* masih sangat buruk dan jauh dari ekspektasi tamu, dapat dilihat hamper 50 % dari total responden memilih tidak setuju akan pernyataan yang

diberikan, artinya diperlukan perubahan yang signifikan pada saat memberikan pelayanan kedepannya , terutama pada 2 indikator tersebut.

B. Analisis keputusan tamu menginap di Hotel Pardede *International* Medan

Tabel 4.2 Tanggapan Tamu Terhadap Keputusan Tamu Menginap

No	Indikator Tamu	SS	%	S	%	KS	%	TS	%	STS	%
Introduksi keperluan											
1.	Saya memilih untuk menginap di Hotel Pardede <i>International</i> Medan karena sesuai dengan kebutuhan saya	5	5,2	8	8,4	33	35	33	35	16	17
2.	Saya memilih untuk menginap di Hotel Pardede <i>International</i> Medan karena pelayanan, lokasi, dan fasilitasnya sesuai dengan apa yang saya inginkan.	1	1	2	2,1	35	37	48	50,4	8	8,4
Penghimpunan data											
3.	Saya memilih Hotel Pardede <i>International</i> untuk menginap karena direkomendasikan oleh banyak teman saya yang pernah menginap	3	3,1	5	5,2	40	42	32	34	15	16
4.	Saya memilih untuk menginap di Hotel Pardede <i>International</i> Medan karena telah mendapatkan ulasan positif di media online oleh para tamu yang pernah menginap	1	1	11	12	41	43	32	34	12	13
Keputusan menginap											
5.	Saya memutuskan untuk menginap di Hotel Pardede <i>International</i> karena merupakan salah satu hotel terbaik yang pernah saya kunjungi	-	-	14	15	39	41	36	38	6	6,3
6.	Saya akan memutuskan untuk menginap di Hotel Pardede <i>International</i> Medan karena pelayanan & fasilitasnya sangat menarik	2	2,1	8	8,4	42	44,1	33	35	9	9,5
Penilaian opsional											
7.	Saya memilih Hotel Pardede <i>International</i> Medan karena beberapa faktor yang menguntungkan saya secara pribadi	1	1	10	10,5	43	45,1	37	39	3	3,1
8.	Hotel Pardede <i>International</i> Medan merupakan salah satu daftar hotel terbaik yang pernah saya kunjungi	1	1	16	17	35	37	38	40	5	5,2
Sikap setelah menginap											
9.	Saya merasa puas (satisfied) terhadap pelayanan di Hotel Pardede <i>International</i> dan memastikan akan kembali menginap lagi.	1	1	10	10,5	40	42	39	41	4	4,2
10.	Saya akan merekomendasikan Hotel Pardede <i>International</i> kepada teman / kerabat sebagai hotel yang harus dikunjungi.	-	-	14	15	34	36	36	38	9	9,5
	TOTAL	15	1,5	98	10,4	382	40,2	364	38,4	87	9,5

Sumber : Hasil Olahan Data (2023)

Dari keseluruhan pernyataan di atas terdapat 2 indikator dengan pernyataan tidak setuju paling banyak yaitu pada introduksi keperluan dan sikap setelah menginap, artinya pelayanan, lokasi dan fasilitas pada Pardede *International* Medan tidak sesuai harapan tamu, sehingga pada indikator sikap setelah menginap kebanyakan tamu sudah dipastikan tidak lagi untuk menggunakan akomodasi dan jasa pada Hotel Pardede *International* Medan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Mkm Kualitas Pelayanan karyawan *Front Office Department* pada Hotel Pardede *International* Medan.

Dari hasil olahan data yang telah penulis lakukan, dari 95 orang responden yang menyatakan Sangat Setuju terhadap kualitas pelayanan karyawan *Front Office Department* hanya 11 %, yang menyatakan Setuju terhadap kualitas pelayanan *Front Office Department* sebanyak 21 %, yang menyatakan Netral terhadap kualitas pelayanan *Front Office Department* sebanyak 33 %, yang menyatakan

Tidak Setuju terhadap kualitas pelayanan *Front Office Department* sebanyak 28 %, yang menyatakan Sangat Tidak Setuju terhadap kualitas pelayanan *Front Office Department* sebanyak 7 %. Berdasarkan hasil analisis keseluruhan tentang tanggapan tamu mengenai kualitas pelayanan *Front Office Department* penulis menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan *Front Office Department* masih kurang baik.

2. Keputusan Tamu Menginap pada Hotel Pardede *International* Medan.

Hasil analisis yang telah penulis dapatkan, dari 95 orang responden yang menyatakan Sangat setuju terhadap keputusan tamu menginap sebanyak 1,5 %, yang menyatakan setuju terhadap keputusan tamu menginap sebanyak 10,4 %, yang menyatakan Netral terhadap keputusan tamu menginap sebanyak 40,2 % yang menyatakan tidak setuju terhadap keputusan tamu menginap sebanyak 38,4 %, yang menyatakan sangat tidak setuju terhadap keputusan tamu menginap sebanyak 9,5 %. Berdasarkan hasil keseluruhan tentang

tanggapan tamu mengenai keputusan menginap pada Hotel Pardede *International* Medan penulis menyimpulkan bahwa keputusan tamu menginap jauh dari harapan dan perlu adanya peningkatan terutama dari segi kualitas pelayanan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan *Front Office Department* terhadap keputusan tamu menginap pada Hotel Pardede *International* Medan.

a. Pada hasil perhitungan korelasi diperoleh nilai r_{xy} 0,712 maka korelasi variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (keputusan tamu) adalah kuat, diperoleh nilai r_{xy} atau r hitung sebesar 0,712 sedangkan nilai r tabel pada r tabel adalah sebesar 0,2017 berarti nilai r hitung $>$ nilai r tabel ($0,712 > 0,2017$) maka pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu adalah valid.

b. Pada hasil perhitungan nilai t_{hitung} sebesar 9,8 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,66140 berarti nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} ($9,8 > 1,66140$). Maka H_1 diterima berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan tamu menginap di hotel Pardede *International* Medan.

c. Pada hasil perhitungan Koefisien Determinan di atas diperoleh $KD = 50,7\%$, hal ini menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan 50,7 % terhadap kepuasan tamu dan sisanya 49,3 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penulis menyampaikan beberapa saran terkait permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

Dari hasil penelitian ini maka manajemen Hotel Pardede *International* Medan khususnya pihak *Front Office Department* sebaiknya memperhatikan masalah kualitas pelayanannya, Sebaiknya manajemen Hotel Pardede *International* Medan harus mengadakan evaluasi terhadap cara kerja pelayanan hotel dengan begitu akan mengetahui sisi kelemahan dalam pelayanan yang sudah diberikan. hal ini

bisa kita lihat dari data keseluruhan yang sudah dilakukan penulis, bahwasanya kualitas pelayanan sangat pengaruh terhadap keputusan tamu menginap di hotel Pardede *International* Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Diana, Yana. 2018. *Pengaruh Kualitas restoran warung pojok terhadap kepuasan tamu di Hotel Grand Inna Medan*. Volume: 7 No 2 – Desember.
- Ranto, Dwi wahyu pril. 2014. *Pengaruh harga, desain produk, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk ukm di Yogyakarta*. Akademi manajemen administrasi Ypk Yogyakarta. Vol. 5, No.2, Oktober.
- Silaban. Leo Steven. 2021. *Pengaruh kualitas pelayan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menginap di Hotel Harris Waterfront*, Fakultas ilmu sosial dan humaniora universitas putera batam.
- Sinambela, Sulugaon. 2016. *Fungsi dan peran Front Office Department dalam menangani tamu di Hotel Emerald Garden Medan*. Kertas karya fakultas ilmu budaya. Universitas sumatera utara.
- Sitongan, Bryan Louis. 2021. *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menginap di Hotel pada era new normal*. Program studi manajemen fakultas bisnis dan ekonomi Universitas Kristen Petra. Agora Vol 9, No. 2.
- Sulistiono, Ari Budi. 2010. *Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menginap*. Tugas akhir fakultas ekonomi. Universitas Diponegoro.
- Thio, Shienny. 2001. *Membangun Service Quality untuk mencapai konsumen di industry Hospitality*. Fakultas ekonomi jurusan Manajemen Perhotelan Universitas Kristen Petra.