

KUALITAS PELAYANAN ROOM BOY DI HOTEL GRAND ZURI PEKANBARU RIAU

By: Nia Audina

Email: Niaaudina100812@Gmail.Com

Advisor: Firdaus Yusrizal

Department of Administration Science-Business Study Program Business Travel

Faculty of Social Science and Political Science

Riau University

Campus Bina Widya Jl. H. R Soebrantas Km. 12.5 Simp. New

Pekanbaru 28293

Tel / Fax. 0761-63277

ABSTRAK

The success of a company is influenced by the quality of service employees. So from a company must increase customer satisfaction, and that must be done is to improve the quality of service (service quality) is real. This research is about the quality of roomboy service in grand zuri hotel Pekanbaru. This study aims to determine the response of guests to the dimensions of service quality roomboy in the hotel Grand Zuri Pekanbaru. The sample in this study was 100 people, taken from accidental sampling. This research uses quantitative descriptive method to classify the data and then compiled by using frequency. And data collection techniques in this study using interviews and questionnaires. By using Likert scale as a measuring tool. Based on the results obtained from the quality of service roomboy at the hotel Grand Zuri Pekanbaru is good. This is evidenced by the acquisition of the overall percentage.

Keywords: Quality, Service, Dimension.

**Kualitas Pelayanan Room Boy
Di hotel Grand Zuri
Pekanbaru
BAB I
Pendahuluan**

1.1 latar belakang

Grand Zuri adalah salah satu hotel pekanbaru yang menyediakan jasa layanan, dan selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik terhadap pelanggan, Hotel ini terletak di Jl. Teuku Umar No.7, Rintis, depan Mall Pekanbaru Riau. Hotel ini cukup ramai di kunjungi oleh tamu karena berdekatan dengan Mall Pekanbaru, yaitu pusat perbelanjaan yang ada di pekanbaru. Namun di hotel Grandzuri masih terdapat beberapa keluhan dari tamu mengenai karyawan housekeeping yang kurang tanggap mengenai permintaan tamu. Karena pendapatan hotel yang paling besar berasal dari penyewaan kamar maka tata graha harus di perhatikan dengan baik agar para tamu betah untuk tinggal di hotel. Terutama petugas room boy yang bertugas menangani kebersihan, kerapian, dan kebersihan kamar.

Hotel Grand Zuri mempunyai departmant yang karyawannya harus saling bekerja sama. Serta berinteraksi langsung dengan pelanggan dalam memberikan pelayanan. Salah satunya adalah Departmant Tata Graha(*Housekeeping Department*). Menurut Agus Nawar(2002:20) Housekeeping adalah bagian yang mengatur atau menata peralatan, menjaga kebersihan memperbaiki kerusakan dan memberikan dekorasi dengan tujuan agar hotel tampak rapi, bersih, menarik, dan menyenangkan penghuninya.

Berhubungan dengan pentingnya *housekeeping* tersebut maka departmant ini ikut menentukan dalam memberikan rasa kepuasan kepada tamu. Hal ini dapat di lihat apabila tamu tidak puas dengan keinginannya, seperti kebersihan, kerapian, dan kelengkapan kamar maka akan terjadi keluhan dari tamu atau konsumen. Untuk itu housekeeping departmant harus selalu meningkatkan

kinerja dan pelayanan dengan menciptakan rasa nyaman dan kepuasan kepada tamu-tamu hotel. Kepuasan pelanggan sangat penting agar hotel tersebut semakin maju.

Roomboy ialah petugas *floor section* yang menjaga kebersihan, kerapian, keindahan, kenyamanan, dan kelengkapan kamar-kamar tamu (Rumekso, 2002:7). Oleh karena itu *roomboy* memiliki peran penting dalam menjalankan operasional hotel. Karena pada umumnya penghasilan terbesar pada hotel di dapat dari hasil penjualan kamar. Dan beberapa di antaranya di dapat dari makanan dan minuman.

Hotel Grand Zuri adalah salah satu hotel yang masih belum melakukan pelayanannya dengan baik, ini dapat di lihat dari beberapa komplain tamu seperti kurang ramah dalam memberikan pelayanan, tidak cepat dalam menanggapi permintaan tamu, ac kurang dingin, hot water shower sering tidak panas, guest supplies tidak lengkap, kebersihan kurang terjaga sehingga sering timbul guest coment di kamar (*Traveloka.Com*)

Pentingnya penelitian yang penulis angkat adalah untuk melihat bagaimana kualitas pelayanan roomboy di Hotel Grand Zuri Pekanbaru Riau. Karena kualitas pelayanan penting untuk di perhatikan supaya pelanggan ataupun konsumen merasa nyaman untuk tinggal/menginap di hotel tersebut. Jika di lihat dari pelayanan yang di berikan masih banyak permasalahan yang tampak oleh penulis. Oleh karena itu penulis memiliki pemikiran untuk melakukan penelitian untuk melihat bagaimana pelayanan room boy Hotel Grand Zuri terhadap tamu, terutama karyawan Housekeeping Departmant. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul. “**Kualitas Pelayanan Room Boy Di Hotel Grand Zuri Pekanbaru Riau**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “Bagaimana

kualitas pelayanan *Roomboy* di hotel Grand Zuri Pekanbaru?

1.3 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana tanggapan tamu terhadap *responsiveness* di Hotel Grand Zuri Pekanbaru?
2. Bagaimana tanggapan tamu terhadap *reliability* di Hotel Grand Zuri Pekanbaru?
3. Bagaimana tanggapan tamu terhadap *assurance* di Hotel Grand Zuri Pekanbaru?
4. Bagaimana tanggapan tamu terhadap *empathy* di Hotel Grand Zuri Pekanbaru?
5. Bagaimana tanggapan tamu terhadap *tangible* di Hotel Grand Zuri Pekanbaru.

1.4 Batasan Masalah

Untuk membatasi penelitian ini agar tidak keluar dari permasalahan dan berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis membatasinya dengan membahas kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu: *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangible*, yang di lihat dari sudut pandang konsumen di Hotel Grand Zuri Pekanbaru.

1.5 Tujuan dan manfaat penelitian

1.5.1 Tujuan penelitian

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

1. Untuk mengetahui tanggapan tamu terhadap *reliability* di Hotel Grand Zuri Pekanbaru
1. Untuk mengetahui tanggapan tamu terhadap *response* di Hotel Grand Zuri Pekanbaru
2. Untuk mengetahui tanggapan tamu terhadap *assurance* di Hotel Grand Zuri Pekanbaru
3. Untuk mengetahui tanggapan tamu terhadap *empathy* di Hotel Grand Zuri Pekanbaru

4. Untuk mengetahui tanggapan tamu terhadap *tangible* di Hotel Grand Zuri Pekanbaru

1.5.2 Manfaat Penelitian

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

1. Bagi Penulis
Penulis dapat mengetahui apa saja usaha-usaha yang dilakukan oleh Hotel Grand Zuri Pekanbaru dalam meningkatkan jumlah pelanggan
2. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan dan pertimbangan bagi Hotel Grand Zuri Pekanbaru dalam melakukan usaha-usaha peningkatan pelayanan jasa
3. Bagi Pihak lain
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi tambahan untuk penelitian lebih lanjut dan sumbangan pemikiran untuk kampus Universitas Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Defenisi hotel

Hotel adalah salah satu bentuk akomodasi yang di kelola secara komersial, di sediakan bagi setiap orang untuk memperoleh layanan, penginapan, makan, dan minum. (*SK Menteri Perhubungan No. Pm 301/Phb 77*). Hotel dapat juga di katakan suatu usaha komersial, terbuka untuk umum, memiliki suatu sistem pelayanan (*Service*), memiliki minimum tiga fasilitas yaitu akomodasi, makanan dan minuman.

Hotel adalah bangunan yang menyediakan kamar-kamar untuk menginap para tamu, makanan, dan minuman serta fasilitas-fasilitas lain yang diperlukan, dan kelola secara profesional untuk mendapatkan keuntungan (**Rumekso, 2002:2**)

Dari definisi hotel tersebut dapat disimpulkan bahwa hotel merupakan jenis akomodasi, menggunakan sebagian atau seluruh bangunan yang ada, memiliki fasilitas akomodasi (kamar), makan, dan minum.

2.3 Pengertian Room boy

Menurut Rumekso (2002), Roomboy (Pramukamar) adalah petugas Floor Section yang menjaga kebersihan, kerapian, keindahan, kenyamanan, dan kelengkapan kamar-kamar tamu.

Agus sulastiyono dalam Rumekso (2005) roomboy adalah petugas yang mempersiapkan tempat tidur pada waktu membersihkan kamar. Pada waktu tamu masuk ke kamar, pandangan pertama akan di tujukan pada kerapian tempat tidur. Itulah sebabnya tempat tidur harus di siapkan serapi mungkin sebelum tamu masuk ke kamar.

1. Tugas roomboy
 - a. Mengecek semua kamar pada permulaan shiftnya dan membuat roomboy sheet mengenai situasi kamar sesuai dengan kode yang telah di tentukan
 - b. Melayani tamu dan memberikan pelayanan yang tidak terbatas waktunya.
 - Pelayanan terdiri dari lima dimensi yaitu:
 - Reliability, adalah kemampuan untuk memberikan secara tepat dan benar pada jenis pelayanan yang telah di janjikan kepada konsumen
 - Responsiveness, kesadaran atau keinginan untuk membantu konsumen dan memeberikan pelayanan yang tepat
 - Assurance, adalah pengetahuan dan kesopanan serta kepercayaan diri pegawai.
 - Empathy, memiliki kemauan untuk melakukan pendekatan, memberikan perlindungan dan usaha untuk mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen.
 - Tangibles, yaitu penampilan para pegawai, dan fasilitas fisik lainnya,

seperty peralatan dan perlengkapan yang menunjang pelaksanaan pelayanan.

- c. Melaksanakan perintah atasan
- d. Menjalin kerja sama antar roomboy
- e. Menjalin kerja sama dengan seksi lain yang ada di dalam housekeeping department.
- f. Menjalin kerjasama dengan sesama roomboy

2.4 Kualitas Pelayanan

Kualitas dan pelayanan adalah peran penting dalam pemasaran semua produk, dan terutama menjadi hal yang palinjg penting dalam banyak industri karena ,merupakan pembeda yang efektif bagi sejumlah produk. Dalam strategi pemasaran, konsumen merupakan jangka panjang suatu perusahaan. Tujuan pemasaran adalah memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen (**Kotler 1980**). Kualitas adalah suatu yang di putuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas di dasarkan pada pengalaman pelanggan atau konsumen terhadap produk jasa yang di ukur berdasarkan persyaratan-persyaratan konsumen (pengunjung)

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

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

yang di terima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan di persepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya, jika jasa yang di terima lebih rendah dari pada yang di harapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan buruk.

2.5 Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sering di konseptualisasikan sebagai perbandingan antara harapan dan kinerja aktual, kunci perbedaan barang dan jasa adalah pada kenyataan bahwa konsumen sering kali menerima nilai dari jasa tanpa mendapatkan kepemilikan permanen dari elemen yang berwujud. Dalam banyak contoh, pemasar menawarkan konsumen kesempatan untuk meminjam/menyewa penggunaan dari obyek fisik seperti kamar hotel dan perlengkapan yang tersedia di kamar hotel tersebut.

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

a. **Reliability (Kehandalan)**

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

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

bukan sekedar janji, namun janji harus ditepati.

b. **Responsiveness (Daya tanggap)**

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

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

c. **Assurance (Jaminan/Kepastian)**

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

Dimensi ini terdiri dari empat hal berikut ini:

- a) *Competency*, yaitu mencakup keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dapat dilakukan dengan optimal
- b) *Courtesy* (kesopanan santunan), dalam pelayannya adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Jaminan akan kesopanan santunan kepada pelanggan sesuai dengan konsisi dan situasi yang ada

- c) *Credibility*, perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan, *believability* atau sifat kejujuran. Menanamkan kepercayaan, memberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang
- d) *Security* (keamanan), adanya suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan akan pelayanan yang diterima. Tentunya pelayanan yang diberikan memberikan suatu jaminan kepercayaan yang maksimal
- b) *Communication skill*, yaitu secara terus menerus memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga para pelanggan dapat dengan mudah mengerti disamping itu perusahaan hendaknya dapat secara cepat dan tanggap dalam menyikapi keluhan dan complain yang dilakukan oleh pelanggan
- c) *Understanding the customer*, yaitu perlunya usaha untuk mengetahui pelanggan dan kebutuhan khususnya.

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

d. Empathy (Empati)

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

- a) *Accessibility*, yaitu kemudahan untuk mendekati dan menghubungi pelanggan.

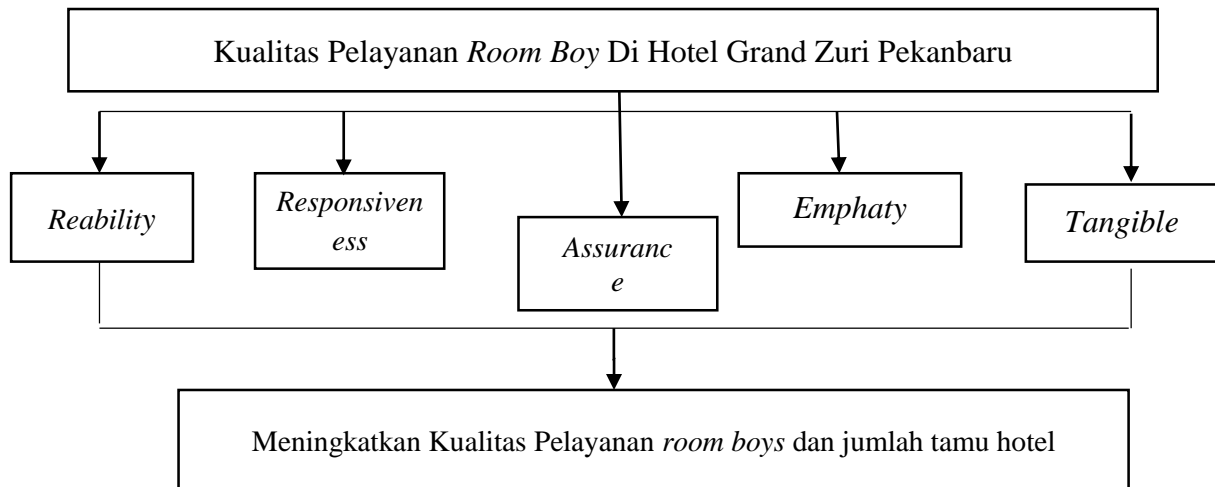
Dimensi ini berfokus pada kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen. Setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung.

e. Tangible

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

KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka pemikiran



Sumber: hasil olahan penulis dari teori Fandy Tjiptono (2004)

BAB III

Metodologi Penelitian

3.1 Desain penelitian

Metode dapat diartikan sebagai suatu cara kerja untuk mencapai suatu tujuan tertentu, agar dapat terkumpul data serta dapat mencapai tujuan penelitian itu sendiri. Metode merupakan cara utama yang dipergunakan untuk kualitas pelayanan dengan menggunakan teknik serta alat-alat tertentu. Cara utama ini dipergunakan setelah penyelidikan dan situasi penyelidikan atas pertimbangan tujuan penelitian, maka penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Metode yang digunakan oleh penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif menurut

Sugiyono(2007:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu variable maupun lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variable satu dengan variable yang lainnya.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Hotel GrandZuri Pekanbaru, yang beralamat di jl. Teuku umar No. 7 Pekanbaru, Riau depan mall Pekanbaru dari bulan mei 2017 hingga saat ini

3.1 Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2012:80) populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua tamu yang menginap di hotel grandzuri. Diambil dari jumlah occupancy hotel grandzuri pada tahun 2016 yaitu dengan jumlah 26,923. dilihat dari tujuan penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada tamu hotel grandzuri sebagai responden namun dalam penyebaran kuisioner ini peneliti tidak mengetahui pasti keberadaan dan profil responden.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2012:81) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk menemukan jumlah sampel disebut sampling. Teknik sampel merupakan pengambilan sampel. Dikarenakan dalam penelitian ini populasi (subjek atau responden penelitian) tidak diketahui keberadaannya dan profil responden, maka penulis memutuskan untuk menggunakan *Sampling accidental*.

Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/accidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Menurut **Margono (2004:127)** menyatakan bahwa dalam tehnik ini mengambil sampel tidak ditetapkan lebih dahulu. Peneliti langsung mengumpulkan data dari unit sampling yang ditemui. Dalam penelitian ini kriteria utamanya ialah orang tersebut merupakan tamu yang menginap di hotel grandzuri pekanbaru dengan jumlah sampel 100 orang tamu/ responden. Alasan mengapa dipilih jumlah responden 100 karena terlalu besar jumlah keseluruhan populasi dan tidak mungkin jika seluruh populasi dijadikan sampel sehingga diambil 100 responden untuk memudahkan pembagian kuisisioner di hotel grandzuri pekanbaru.

3.4 Jenis Dan Sumber Data

Jenis dan data yang di pergunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder.

a. Data primer

Data primer adalah data yang peroleh langsung dari objek penelitian, sumber penelitian primer di peroleh dari responden dan pihak hotel untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dalam hal ini yang di wawancara yaitu tamu mengenai pelayanan yang dilakukan dan data yang berhubungan dengan penelitian. Sedangkan kuesioner atau angket yang di berikan kepada konsumen (tamu hotel) sebagai responden.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang di peroleh dari sumber-sumber tertentu (perpustakaan), dari pihak hotel yang membentuk arsip/dokumen, literatur, majalah, dan artikel yang berhubungan dengan penelitian berisi informasi yang berkaitan dengan hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ini.

Operasional Variabel

3.5 Teknik Pengumpulan Data

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

- a. Kuisisioner (angket) adalah cara pengumpulan data dengan mengirimkan daftar pertanyaan untuk di isi sendiri. angket sendiri, mengacu kepada kumpulan dari pertanyaan yang di ajukan secara tertulis kepada responden dan jawaban yang di peroleh juga dalam bentuk tertulis.
- b. Wawancara, Peneliti menggunakan jenis wawancara dan lisan untuk memperjelas masalah Kualitas Pelayanan *room boy* yang terjadi di Hotel Grand Zuri Pekanbaru. Narasumber diminta pendapat dan ide-idenya karena tujuan wawancara ini untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, yang menjadi narasumber dari penelitian ini adalah tamu dan konsumen di Hotel Grand Zuri Pekanbaru.

3.6 Skala pengukuran

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

skala likert

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

sumber : Zulganef, 2008

Variable	Sub variable	Indicator	Sumber data
Kualitas pelayanan	a. Reabilitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. memberikan pelayanan tepat waktu karyawan memberikan pelayanan dengan cepat 2. keramah tamahan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada tamu 	Wawancara, Kuisisioner
	b. Responsiveness	<ol style="list-style-type: none"> 1. selalu bersedia membantu mengatasi kesulitan yang tamu hadapi 2. memberikan pelayanan terhadap keluhan tamu 3. memberikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti 	Wawancara , Kuisisioner
	c. Assurance	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan karyawan mengenai lingkungan hotel 2. memberikan jaminan rasa aman atas jasa yang diberikan kepada tamu 3. karyawan bersikap sopan, ramah dan sabar kepada tamu. 4. Selalu bersikap jujur kepada tamu 	Wawancara , Kuisisioner
	d. Empathy	<ol style="list-style-type: none"> 1. mempunyai kemampuan komunikasi yang baik dengan tamu 2. memahami kebutuhan dan harapan tamu 3. memberikan perhatian khusus kepada tamu 	Wawancara , Kuisisioner
	e. Tangible	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebersihan area hotel 2. Kondisi fasilitas hotel (bangunan hotel, tempat parkir, area lobby dan toilet) 3. Menggunakan peralatan dan teknologi yang modern (lift, escalator, AC) 4. Penampilan karyawan bersih dan rapi 	Wawancara , Kuisisioner

4.2 Kualitas Pelayanan Room Boy Di Hotel Grand Zuri Pekanbaru

4.2.1 Profil Responden

a. Responden berdasarkan jenis kelamin

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	39	39%
2	Perempuan	61	61%
Total		100	100%

b. Responden berdasarkan tingkat usia

Responden Berdasarkan Tingkat Usia

No	Tingkat usia (tahun)	Jumlah responden	Persentase (%)
1	20-30	32	32%
2	31-40	56	56%
3	41-50	13	13%
4	>51	-	-
Jumlah		100	100%

c. Responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Tingkat Usia

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah responden	Persentase %
1	Wira swasta	15	15%
2	Buruh	10	10%
3	Pegawai Negeri	45	45%
4	Interpreniur	30	30%
Jumlah		100	100%

Tanggapan Responden Tentang Reliability

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

tepat, keramah tamahan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada tamu. Hasil dari tanggapan responden tentang reliability dapat di lihat dari tabel 4.6 berikut

Tanggapan Responden Mengenai Reliability di Hotel Grand Zuri Pekanbaru

No	Indikator reliability	SS	S	RR	TS	STS	Jumlah
1	Memberikan pelayanan tepat waktu (check-in, check out, dan menghidangkan makanan di restoran)	23 (23%)	24 (24%)	45 (45%)	8 (8%)	- -	100 (100%)
2	Karyawan memberikan pelayanan dengan cepat	25 (25%)	43 (43%)	30 (30%)	2 (2%)	- -	100 (100%)
3	Keramah tamahan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada tamu	31 (31%)	37 (37%)	27 (27%)	5 (5%)	- -	100 (100%)
Jumlah		79	104	102	15	-	300 (100%)
Rata-rata		26,3 (26,3%)	34,6 (34,6%)	34 (34%)	5 (5%)	-	100

Dari hasil rekapitulasi di atas dapat diketahui tanggapan responden tentang pernyataan reliability adalah setuju, dimana sebanyak 34,6% yang mengatakannya. Hal ini menerangkan bahwa bahwa responden menilai reliability cukup baik. Kondisi ini terlihat dari kemampuan room dalam memberikan pelayanan

Tanggapan Responden Tentang Responsiveness

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

Tanggapan Responden Mengenai Responsiveness di Hotel Grand Zuri Pekanbaru

No	Indikator reponsiveness	SS	S	RR	TS	STS	Jumlah
1	Selalu bersedia membantu mengatasi kesulitan yang tamu hadapi	57 (57%)	23 (23%)	17 (17%)	3 (3%)	- -	100 (100%)
2	Memberikan pelayanan terhadap keluhan tamu	63 (63%)	29 (29%)	8 (8%)	- -	- -	100 (100%)
3	Memberikan informasi dengan jelas dan mudah di mengerti	51 (51%)	17 (17%)	23 (23%)	9 (9%)	- -	100 (100%)
Jumlah		171	48	69	12	-	300 (100%)

Rata-rata	57 (57%)	16 (16%)	23 (23%)	4 (4%)	-	100
-----------	-------------	-------------	-------------	-----------	---	-----

Dari hasil rekapitulasi di atas dapat diketahui tanggapan responden tentang pernyataan responsiveness adalah sangat setuju, dimana sebanyak 57% yang mengatakannya. Hal ini menerangkan bahwa responden menilai responsiveness yang diberikan oleh karyawan terhadap tamu yang menginap sudah baik sekali, kondisi ini dilihat dari kemampuan roomboy dalam memberikan pelayanan.

Tanggapan Responden Tentang Assurance

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

Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Assurance di Hotel Grand Zuri Pekanbaru

No	Indikator reponsiveness	SS	S	RR	TS	STS	Jumlah
1	Pengetahuan karyawan mengenai lingkungan hotel	46 (46%)	24 (24%)	9 (9%)	21 (21%)	-	100 (100%)
2	Memberikan jaminan rasa aman atas jasa yang diberikan kepada tamu	63 (63%)	17 (17%)	13 (13%)	7 (7%)	-	100 (100%)
3	Karyawan bersikap sopan, ramah dan sabar kepada tamu	44 (44%)	37 (37%)	19 (19%)	-	-	100 (100%)
4	Selalu bersikap jujur kepada tamu	37 (37%)	39 (39%)	21 (21%)	3 (3%)	-	100 (100%)
Jumlah		190	117	62	31	-	400 (100%)
Rata-rata		47,5 (47,5%)	29,25 (29,25%)	15,5 (15,5%)	7,75 (7,75%)	-	100

Dari hasil rekapitulasi di atas dapat diketahui tanggapan responden tentang pernyataan assurance adalah sangat setuju, dimana sebanyak 47% yang mengatakannya. Hal ini menerangkan **Tanggapan Responden Tentang Empathy**

Empathy merupakan perhatian yang diberikan perusahaan kepada pelanggan sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan. Berikut adalah tanggapan responden mengenai empathy di hotel Grand Zuri pekanbaru

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

Tanggapan Responden Mengenai Empathy di Hotel Grand Zuri Pekanbaru

No	Indikator reponsiveness	SS	S	RR	TS	STS	Jumlah
1	Mempunyai kemampuan komunikasi yang baik dengan tamu	22 (22%)	17 (17%)	49 (49%)	12 (12%)	- -	100 (100%)
2	Memahami kebutuhan dan harapan tamu	17 (17%)	9 (9%)	51 (51%)	23 (23%)	- -	100 (100%)
3	Memberikan perhatian khusus kepada tamu	26 (26%)	11 (11%)	31 (31%)	20 (20%)	12 (12%)	100 (100%)
Jumlah		65	37	131	55	12	300 (100%)
Rata-rata		21,6 (21,6%)	12,3 (12,3%)	43,6 (43,6%)	18,3 (18,3%)	4 (4%)	100 (100%)

Dari hasil rekapitulasi di atas dapat diketahui tanggapan responden tentang pernyataan empathy adalah ragu-ragu , dimana sebanyak 43% yang mengatakannya. Hal ini menerangkan **Tanggapan Responden Tentang Tangible**

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

bahwa responden menilai empathy yang diberikan oleh karyawan terhadap tamu yang menginap kurang baik, kondisi ini dilihat dari kemampuan roomboy dalam memberikan pelayanan.

demikian tangible merupakan sebuah indikator yang paling konkrit bagi sebuah perusahaan, karena wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat. Berikut adalah tabel tanggapan responden mengenai tangible di hotel Grand Zuri pekanbaru

Tabel 4.11Tanggapan Responden Mengenai Tangible di Hotel Grand Zuri Pekanbaru

No	Indikator reponsiveness	SS	S	RR	TS	STS	Persen tase
1	Kebersihan area hotel	24 (24%)	46 (46%)	21 (21%)	9 (9%)	- -	100 (100%)
2	Kondisi fasilitas hotel (bangunan hotel, tempat parkir, area lobby dan toilet)	44 (44%)	19 (19%)	37 (37%)	- -	- -	100 (100%)
3	Menggunakan peralatan dan teknologi yang modern	21 (21%)	39 (39%)	37 (37%)	3 (3%)	- -	100 (100%)

4	Penampilan karyawan bersih dan rapi	63 (63%)	13 (13%)	17 (17%)	7 (7%)	- -	100 (100%)
Jumlah		152	117	112	19	-	400 (100%)
Rata-rata		38 (38%)	29,25 (29,25%)	28 (28%)	4,7 (4,7%)	-	100

Dari hasil rekapitulasi di atas dapat diketahui tanggapan responden tentang pernyataan tangible adalah sangat setuju, dimana sebanyak 38% yang mengatakannya. Hal ini menerangkan

DAFTAR PUSTAKA

- Agusnawar 2002. *Resepionist Hotel.Jakarta: Gamedia Pustaka Utama*
- Engel,James F.Blackwell, Roger D, And Miniard, Paul W.1994 *Prilaku Konsumen* .Terjemahan Budianto Jakarta Binarupa Aksara
- House Keeping Departmant, 2016 . Jumlah Karyawan House Keeping Depatmant Hotel Grand Zuri Pekanbaru_Riau.*
- Kadir, Poppy Arnold 2012. *Pengaruh Kompetensi Dan Kualitas Kehidupan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Di Arion Swiss Belhotel Bandung*
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Pt Indeks Jakarta.
- Dan Keller, Kevin. 2008. *Manajemen Pemasaran*.Edisi 12 Jilid DuaPenerbit Pt. Indeks Jakarta
- Kusmayadi Dan Sugiarto, Endar. 2000. *Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisataaan*. Penerbit PT. Gamedia Pustaka Utama . jakarta.
- Nitisusantono, Mulyadi.2012 *Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan, Bandung* : Alfabeta
- Philip Kotler ,1980. *Marketing manajemen analisis planning and control edisi keempat london*

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

Rumekso, 2008. *House Keeping Publik Area/House Mansection*

Yogyakarta : Cv Andi Offset

Rumekso, 2005. *House Keeping Hotel Floor Section*

Yogyakarta : Cv Andi Offset

Sulastyono Agus, 2010. *Tekhnik Dan Prosedur Divisi Kamar Pada Bidang Hotel Bandung : Alfabetta*

Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta Cv, Jakarta.

Tjiptono Fandy,1995. *Strategi Pemasaran*.Yogyakarta Penerbit Andi Offset P.28

Traveloka.com dan BPD PHRI

Wijaya Tony.2011.*Manajemen Kualitas Jasa Edisi Pertama*.Jakarta

Wargito, bimo 1999 *psikologis sosial (suatu pengantar)*. Yokyakarta: CV. Andi Offset