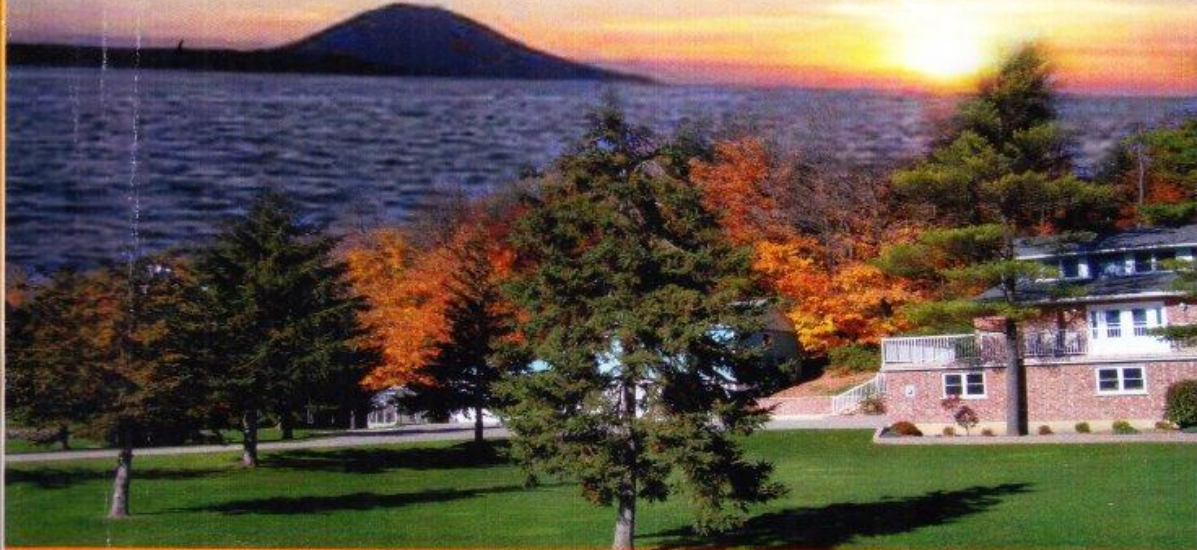


Vol. 3 No. 1 Januari 2016

ISSN 2354-8355



Jurnal
HOSPITALITI DAN PARIWISATA

Diterbitkan Oleh :
POLITEKNIK NEGERI MANADO

JHP	VOLUME 3	Nomor 1	Halaman 01 - 113	Manado Januari 2016	ISSN 2354-8355
------------	----------	---------	---------------------	------------------------	-------------------

ISSN 2354-8355.

JHP

JURNAL HOSPITALITI DAN PARIWISATA
Volume 3, Nomor 1, Januari 2016. hlm, 01 - 113

Terbit dua kali setahun pada bulan Januari dan Juli. Berisi tulisan yang diangkat dari hasil penelitian di bidang Hospitaliti dan Pariwisata. Artikel telaah (review article) dimuat atas undangan.

PEMIMPIN EDITOR

Bet El Silisna Lagarensse

DEWAN EDITOR

Robert Towoliu
Maryke Alelo
Djibrael Djawa
Benny Towoliu
Dianne Rondonuwu
Radjab Djamali
Mita Takaendengan
Rudy Wowiling
Agustinus Lumettu
Fonny Sangari

SEKRETARIS

Thelma Baguna

ADMINISTRASI DAN KEUANGAN

Jeinry Lumintang

ALAMAT

Program Studi Perhotelan D-IV Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Manado
Kampus Politeknik Jl. Raya Politeknik, Ds. Buha Manado
Telp: +62 431 815334; Fax : +62 431 811568
E-mail : hosparjurnal@polimdo.ac.id; bet_lagarensse@yahoo.com

Isi diluar tanggung jawab percetakan

DAFTAR

Dampak Per
Dan Lingkin
Titing Kart

Peranan Sug
Pada Suatu
Jenny F. R.

Peran Sekta
Deja Tarik
Artihar Ana

Persepsi M
Resort Dan
Shedy J. M

Pengaruh K
Department
Mercy W. J

Pengaruh P
Terhadap E
Freny Prill

Pengaruh P
Relation Of
Suatu Hote
Indri Casa

Analisis Pe
Pada Hotel
Azalya Ma

Analisis Hi
From Office
Julia Sanji

Petunjuk b

Formulir B

JHP

JURNAL HOSPITALITI DAN PARIWISATA
Volume 3, Nomor 1, Januari 2016. hlm, 01 - 113

DAFTAR ISI

penelitian
an.

Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Aspek Ekonomi, Sosial Budaya Dan Lingkungan Fisik Di Desa Penjalu <i>Titing Kartika</i>	01
Peranan Supervisor Dalam Meningkatkan Efektivitas Kerja Pramusaji Pada Suatu Restoran Hotel Berbintang Lima <i>Jessy F. R. Pangemanan, Dianne O. Rondunuwu, Radjab Djamali</i>	20
Peran Sektor Akomodasi Dalam Upaya Mempromosikan Peran Objek Dan Daya Tarik Wisata <i>Arthur Anderson Samalam, Dianne O. Rondunuwu, Robert D. Towoliu</i>	30
Persepsi Masyarakat Lokal Tentang Pengembangan Resort Dan Restoran <i>Stevly J. Manembul, Robert Towoliu, Benny I. Towoliu</i>	47
Pengaruh Koordinasi Front Office Dan Housekeeping Department Terhadap Tingkat Akurasi Operasional <i>Mercy W. Lomboan, Pearl L. Wenas, Jongky W.A. Kamagi</i>	62
Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Micros Pos (Point Of Sales) Terhadap Efisiensi Pelayanan Karyawan Di Restoran <i>Freny Prilly Palar, Djibrel Djawa, Arthur Lumataw</i>	68
Pengaruh Profesionalisme Receptionist Dan Guest Relation Officer Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Suatu Hotel Berbintang Lima <i>Indri Casandra kindangen, Dianne Rondunuwu, Margaretha Warokka</i>	75
Analisis Penerapan Standar Operasional Prosedur Room Section Pada Hotel Berbintang <i>Azalya Mandey, Robert D. Towoliu, Deisy C. Andih</i>	91
Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Front Office Departement Dan Citra Hotel <i>Julia Sanjang, Pearl L. Wenas, Benny I. Towoliu</i>	105
Petunjuk bagi (calon) Penulis Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata 2016	
Formulir Berlangganan Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata 2016	

ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN FRONT OFFICE DEPARTMENT DAN CITRA HOTEL

Julia Sanjang¹, Pearl L. Wenas², Benny I. Towoliu³

^{1,2,3}Program Studi DIV Perhotelan, Jur.Pariwisata, Politeknik Negeri Manado
E-mail: sanjang.julia@yahoo.co.id

Abstract: *Analysis of the relationship of service quality of Front Office Department and the image of Lion Hotel & Plaza Manado. In North Sulawesi, particularly the city of Manado, hospitality industry evolved significantly seen from the large number of hotel development in the recent years. This of course requires the management of the hotel to make greater efforts to address this increasingly fierce competition, one thing that can be done is to create a strategy that can captivate the customer by providing good quality of services in building a positive image for the hotel itself. This study aims to measure, analyze and explain the relationship of service quality with the image of front office department of Lion hotel and plaza Manado. This research method is quantitative, a method to test certain theories by examining the relationship between variables. Likert scale is used in measuring questionnaire techniques, and to analyze the relationship between independent and dependent variables, it is tested by using the formula of Spearman correlation rank and coefficient of determination to determine the contribution of the influence of independent variables (quality of service of front office department) on the dependent variable (Image of Lion Hotel & Plaza Manado). Based on the results of the research, it is found that service quality of front office department has relationship with the image of Lion Hotel & Plaza Manado, obtained significant value of $0.000 < 0.005$, so, the working hypothesis is accepted, it means that there is a significant correlation with a correlation value of 0.722, and is included in the strong category (0.70-0.84). Meanwhile, the test results of determination coefficient values obtained 52.1%, meaning that the contribution effect of variable of service quality to the hotel image is 52.1%, whereas the remaining 47.9% is influenced by other factors or variables that are not included in the model or formula of Spearman rank correlation. From the results of this study, it is concluded that there is strong relationship between service quality of Front Office Department with the image of Lion Hotel & Plaza Manado.*

Keywords: *Front Office department, Services Quality, Image Hotel.*

Abstrak: *Analisis Hubungan Kualitas Pelayanan Front Office Department dan Citra Lion Hotel and Plaza Manado.* Pengembangan industri perhotelan di Manado, Sulawesi Utara berkembang secara signifikan dilihat dari banyaknya jumlah pembangunan hotel ditahun-tahun terakhir ini. Hal ini tentunya mengharuskan para manajemen-manajemen hotel untuk lebih berusaha dalam mengatasi persaingan yang semakin ketat, salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah menciptakan suatu strategi yang bisa memikat hati para customer dengan cara hotel harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam membangun citra yang positif bagi hotel itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur, menganalisis dan menjelaskan hubungan kualitas pelayanan *Front office department* dengan Citra Lion hotel & plaza Manado. Metode penelitian ini bersifat kuantitatif yang merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Menggunakan skala likert dalam teknik pengukuran kuesioner, dan untuk menganalisa hubungan variabel independen dan dependen diuji dengan menggunakan rumus korelasi *Spearman rank* dan koefisien determinasi untuk mengetahui sumbangan pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan *front office department*) terhadap variabel dependen (Citra Lion Hotel and Plaza Manado). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, didapati informasi bahwa kualitas pelayanan front office department memiliki hubungan dengan Citra Lion Hotel and Plaza Manado, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.005$, maka hipotesis kerja diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan dengan nilai korelasi sebesar 0.722 yang termasuk dalam kategori kuat (0.70-0.84). Sedangkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai 52.1%, artinya sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap Citra hotel sebesar 52.1%, sedangkan sisanya 47.9% dipengaruhi oleh faktor lain atau variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model atau rumus korelasi *spearman rank*. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa adanya hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan *front office department* dengan Citra Lion Hotel and Plaza Manado.

Kata kunci: Front Office Department, Kualitas Pelayanan, Citra Hotel.

Industri perhotelan di Kota Manado berkembang secara signifikan dilihat dari banyaknya jumlah pembangunan hotel di Kota Manado di tahun terakhir ini. Hal ini tentunya mengharuskan para manajemen-manajemen hotel untuk lebih berusaha dalam mengatasi persaingan yang semakin ketat, salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah menciptakan suatu strategi yang bisa memikat hati para customer dengan cara hotel harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam membangun citra yang positif bagi hotel itu sendiri. Citra atau image merupakan satu hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan ataupun hotel, karena penilaian konsumen akan sangat berpengaruh pada nama dari hotel itu sendiri. Citra atau image yang baik akan memberikan banyak manfaat bagi hotel, salah satunya kepercayaan baik dari tamu maupun pihak-pihak yang menjalin kerja sama seperti *travel agent*, dan perusahaan-perusahaan yang saling memberi keuntungan, mereka tidak akan ragu untuk menginap dan merekomendasikannya kepada orang lain. Sebaliknya apabila citra yang dinilai sudah negatif maka tentunya tidak akan ada lagi kepercayaan dari customer, sehingga berdampak pada perkembangan hotel selanjutnya. Departemen *front office* merupakan salah satu departemen hotel yang disebut sebagai *first and last impression* tamu, sehingga kesan yang diberikan oleh karyawan *front office* memiliki pengaruh yang sangat besar bagi citra hotel, dimana departemen ini bertanggung jawab penuh terhadap seluruh informasi tentang hotel, penyampaian kebutuhan tamu, penjualan kamar tamu, penerimaan tamu, penanganan administrasi dan transaksi tamu, sampai dengan penyusunan data-data tamu untuk departemen lainnya agar terjalin koordinasi yang baik dalam menangani tamu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur, menganalisis, dan menjelaskan hubungan kualitas pelayanan dengan citra Hotel. Adapun manfaat dari penelitian ini bagi pihak-pihak yang terkait, antara lain: Manfaat Teoritis, Sebagai pengembangan ilmu pengetahuan yang baru tentang hubungan kualitas pelayanan *front office department* dengan citra Hotel yang bisa digunakan sebagai *literature* dan diterapkan di dunia kerja industri perhotelan. Manfaat Praktis, Dengan adanya penelitian ini, peneliti bisa mendapatkan pengembangan pengetahuan

baru tentang kualitas pelayanan sehingga bisa diterapkan di dunia kerja nantinya. Menjadi bahan pedoman baik dalam kegiatan belajar mengajar dan menjadi acuan referensi bagi penulisan sejenis lainnya. Hasil dari pembahasan penelitian ini kiranya bisa menjadi masukan bagi manajemen dan karyawan hotel guna perbaikan dan pengembangan hotel dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

Penelitian ini dilakukan dengan mengacu pada teori dan konsep yaitu : Menurut Kotler (2000:50), pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Umar (dalam Japarianto, 2007) menyatakan Pelayanan secara umum adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka Umar, 2003). Lebih dari itu, Kasmir (dalam Widjaja 2007) menyatakan Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menurut Tjiptono (dalam Japarianto, 2007), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Lewis & Booms (dalam Japarianto, 2007) Kualitas layanan juga sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Gronroos 1998 (dalam Nasution, 2004:47) menyatakan bahwa kualitas pelayanan juga dapat dilihat dari aspek teknis dan aspek fungsional yang dapat mempengaruhi citra perusahaan dan berdampak pada penyampaian pelayanan. Kotler dalam Sumarsono, 2013:102) menyatakan bahwa ada lima dimensi yang dapat digunakan dalam menentukan kualitas layanan yaitu: *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (cepat tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati), *Tangible* (berwujud).

Berdasarkan pernyataan dari beberapa ahli mengenai konsep kualitas pelayanan, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa, kualitas pelayanan adalah sebuah usaha yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang dalam hal ini adalah hotel, dimana kualitas pelayanan yang diberikan akan berdampak pada penilaian

tamu. Menurut Kotler (2002:292), citra (*Image*) adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Sejalan dengan itu, Adona (2006:107) menyatakan Citra perusahaan yaitu kesan atau impresi mental atau suatu gambaran dari sebuah perusahaan dimata para khalayaknya yang terbentuk berdasarkan pengetahuan serta pengalaman mereka sendiri. Kriyanto (2008) menyatakan, Citra (*Image*) merupakan gambaran yang ada dalam benak publik tentang perusahaan. Citra adalah presepsi publik tentang perusahaan menyangkut pelayanannya, kualitas produk, budaya perusahaan, perilaku perusahaan, atau perilaku individu-individu dalam perusahaan dan lainnya. Citra perusahaan menggambarkan nilai, kepercayaan, dan produktifitas perusahaan, sehingga menghasilkan reputasi positif dimata publik (Budi, 2013:121). Sukatendel (dalam Soemirat, 2003:113) Citra (*Image*) perlu dengan sengaja diciptakan agar bernilai positif. Sherly Harrison (dalam Suwandi, 2014) elemen-elemen citra adalah *Personality* (karakteristik), *Reputation* (reputasi), *Value* (Nilai), *Corporate Identity* (Identitas Perusahaan).

Menurut Soetisno dalam Library Binus, 2014, citra baik atau image yang positif perusahaan atau hotel dapat membawa manfaat antara lain: 1) Daya saing jangka menengah dan panjang yang mantap; 2) Menjadi perisai selama masa kritis; 3) Meningkatkan efektifitas strategi pemasaran; 4) Penghematan biaya operasional; dan 5) Menjadi daya tarik eksekutif handal. Berdasarkan konsep citra tersebut diatas, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa, Citra merupakan cerminan atau identitas suatu perusahaan dalam hal ini hotel itu sendiri, yang dinilai oleh customer atau *guest* berdasarkan apa yang ia terima. Apabila kesan yang diterima oleh tamu baik, maka penilaiannya pun akan baik dan akan berdampak positif bagi citra hotel, sehingga akan memberikan manfaat bagi pengembangan hotel selanjutnya. Baker, Huyton dan Bradley (2011:22), menyatakan *Front office department is the most visible department in a hotel*. Menurut Tarmoezi (2000:6), *Front Office Department* merupakan departemen yang bertanggung jawab atas penjualan kamar hotel berdasarkan cara yang sistematis melalui reservasi hingga penyerahan kamar kepada tamu hotel dan memberikan pelayanan informasi kepada para

tamu selama mereka berada atau menginap dihotel. Menurut Tarmoezi (2000:8), Kantor depan adalah salah satu departemen hotel yang berada dibagian depan hotel. Kantor depan merupakan tempat berlangsungnya penyambutan tamu, pemindahan barang tamu dari mobil ke kamar tamu, penjualan kamar, pendaftaran tamu, penyerahan kamar kepada tamu, pembayaran, memberikan informasi kepada tamu hotel dan pengunjung, pelayanan pengiriman surat-surat, dan dokumen dari tamu hotel keluar dan sebaliknya, pelayanan jasa kesekretariatan, pelayanan jasa komunikasi dan informasi. Menurut Richard Sihite (dalam Parsidi, 2012), tujuan dari kantor depan hotel adalah sebagai berikut: 1) Meningkatkan tingkat hunian kamar serta pendapatan hotel dari tahun ketahun; 2) Meningkatkan jumlah tamu langganan; 3) Memenuhi kebutuhan dan kepuasan tamu secara baik, tepat, dan cepat; 4) Membentuk citra hotel yang positif, *front office* memiliki fungsi dalam mewujudkan tujuan dari hotel. Berdasarkan teori-teori tentang *departemen front office* diatas, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa *departemen front office* merupakan salah satu departemen hotel yang memiliki peran yang sangat penting, yang bisa dikatakan juga sebagai jantung dari hotel, karena menjadi pusat pusat informasi bagi tamu dan departemen lain. Selain itu juga, pelayanan yang diberikan oleh karyawan *departemen front office* sangat berpengaruh karena akan meninggalkan kesan bagi tamu. Hipotesis merupakan suatu ide untuk mencari fakta yang harus dikumpulkan. Hipotesis adalah suatu pertanyaan sementara atau dugaan yang paling memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya. Dalam penelitian ini, peneliti menduga bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan *front office department* dengan citra hotel.

METODE

Metode penelitian ini bersifat kuantitatif yang merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur dengan instrumen penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik (Noor, 2011:38). Jadi disini peneliti bermaksud untuk mencari penjelasan dalam hubungan sebab akibat antar variabel

x dan y, yaitu hubungan kualitas pelayanan *departemen front office* dengan citra atau image hotel. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau dari sifat orang, obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:18). Penelitian ini menggunakan variabel yang dibutuhkan dalam analisis antara lain:

Kualitas pelayanan merupakan variabel independen, yang terdiri dari 5 dimensi yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*), jaminan (*assurance*), dan bukti fisik (*tangible*). Diukur dengan skala likert (5,4,3,2,1).

Citra (*Image*) merupakan variabel dependen, terdiri dari elemen-elemen citra yaitu karakteristik (*personality*), reputasi (*reputation*), nilai (*value*), dan identitas perusahaan (*corporate identity*). Diukur dengan skala likert (5,4,3,2,1). Teknik pengukuran yang dipakai dengan menggunakan skala pembobotan, yaitu dengan menggunakan skala likert. Adapun analisis yang akan dilakukan adalah hubungan kualitas pelayanan *front office department* dengan citra atau image. Dalam penelitian ini responden diminta persepsinya dengan alternatif jawaban dalam bentuk skor pembobotan nilai dari yang terbesar diberi nilai:

Tabel 1. Skala Likert

Pernyataan	Bobot
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak setuju	1

Sumber: Riduwan (2010: 46)

Teknik Analisa Data

Metode korelasi Spearman Rank (ρ): *Metode korelasi spearman rank* (ρ) bisa juga disebut korelasi berjenjang, atau korelasi berpangkat, dan ditulis dengan notasi (r_s). kegunaannya untuk mengukur tingkat atau eratnya hubungan antara dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat yang berskala ordinal (Riduwan, 2010:132).

Rumus korelasi spearman rank:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Dimana:

- r_s : Nilai korelasi spearman rank
 d^2 : Selisih setiap pasangan rank
 n : Jumlah pasangan rank untuk spearman

Selanjutnya pengujian lanjutan untuk mencari signifikan maka rumus:

$$Z_{\text{(hitung)}} = r_x / (1/\sqrt{(n-1)})$$

Untuk dapat mengetahui kuat lemahnya tingkat atau derajat keamatan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti digunakan tabel kriteria pedoman untuk koefisien korelasi sesuai dengan pendapat Kusmayadi (1999:227).

Tabel 2: Interpretasi hubungan rank spearman

Koefisien korelasi	Kekuatan hubungan
± 1.00	Sempurna
0.85 - 0.99	Sangat kuat
0.70 - 0.84	Kuat
0.50 - 0.69	Sedang
0.30 - 0.49	Lemah
0.10 - 0.29	Sangat Lemah
0.00	Tidak ada hubungan

Sumber: Kusmayadi, 1999

Koefisien Determinasi: Menurut Riduwan (2010:78), Untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi

Berdasarkan rumus diatas maka hasil perhitungan dapat dikategorikan sebagai berikut

Tabel 3: Kriteria koefisien determinasi

Interval	Tingkat Pengaruh
0% - 19,9%	Sangat rendah
20% - 39,9%	Rendah
40% - 59,9%	Sedang
60% - 79,9%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, 2012

HASIL DAN PEMBAHASAN

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah hubungan antara kualitas pelayanan *front office department* dengan citra Lion hotel & plaza Manado. Untuk mengetahui derajat hubungan dari kedua variabel ini, maka peneliti menggunakan uji korelasi Spearman Rank karena

data yang diperoleh berupa data ordinal yang diperoleh dari kuesioner dengan jenis skala likert. Untuk dapat mengetahui kuat lemahnya tingkat atau derajat keeratan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, digunakan tabel kriteria pedoman untuk koefisien korelasi sesuai dengan pendapat Kusmayadi (1999:227).

Tabel 4: Interpretasi hubungan

Koefisien korelasi	Kekuatan hubungan
± 1.00	Sempurna
0.85 - 0.99	Sangat kuat
0.70 - 0.84	Kuat
0.50 - 0.69	Sedang
0.30 - 0.49	Lemah
0.10 - 0.29	Sangat Lemah
0.00	Tidak ada hubungan

Sumber: Kusmayadi, 1999

Uji signifikan dapat diperoleh dengan cara:

Jika taraf signifikan $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika taraf signifikan $\geq \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hipotesis umumnya ditunjukkan dengan adanya hubungan antara kualitas pelayanan dan citra sebagai berikut:

Hipotesis Nol ($H_0: r = 0$)

Kualitas Pelayanan *Front Office Department* tidak berhubungan secara signifikan dengan citra Lion Hotel and Plaza Manado

Hipotesis Kerja ($H_a: r \neq 0$)

Kualitas Pelayanan *Front Office Department* berhubungan secara signifikan dengan citra Lion Hotel and Plaza Manado.

1. Mencari hubungan variabel X (Kualitas pelayanan) dengan variabel Y (citra) dengan menggunakan rumus korelasi Spearman Rank.

Langkah 4: Mencari rshitung dengan rumus:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2-1)} = 1 - \frac{6(1260.5)}{30.(30-1)} = 1 - \frac{7563}{26.970} = 0.71957 \text{ atau dibulatkan menjadi } 0.722$$

X : 31 27 30 30 20 37 31 35 34 38 35 37 35 40
35 31 34 33 34 40 31 27 30 30 37 29 32 40 35
31

Y : 26 24 27 25 20 28 26 30 27 39 33 30 33 36
29 31 30 32 30 40 29 26 30 31 36 29 31 40 34
31

a. Langkah 1: H_a dan H_0 dalam bentuk kalimat
 H_a : Ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan *front office department* dengan citra Lion Hotel and Plaza Manado

H_0 : Tidak ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan *front office department* dengan citra Lion Hotel and Plaza Manado.

c. Langkah 2: H_a dan H_0 dalam bentuk statistik
 $H_a: r \neq 0$

$H_0: r = 0$

Langkah 3: Tabel penolong untuk membuat ranking

e. Langkah 5: Mencari nilai r_{tabel} spearman :
 Dengan $\alpha = 0,05$ dan $n = 30$, maka $r_{tabel} = 0,364$

f. Langkah 6 : Mencari Z_{hitung} dengan rumus :

$$Z_{hitung} = \frac{r_x}{\frac{1}{\sqrt{n-1}}} = \frac{0,722}{\frac{1}{\sqrt{30-1}}} = \frac{0,722}{0,18} = 4,011$$

Dengan tingkat signifikan 5%, harga Z_{tabel} dicari pada table kurve normal

$$Z_{(0,5)-\frac{1}{2} \cdot [0,05]} = Z_{0,475}$$

Apabila harga dalam kurve normal 0,475, maka harga $Z_{tabel} = 1,96$

Jika $Z_{hitung} \geq Z_{(tabel)}$ maka tolak H_0 artinya signifikan dan $Z_{hitung} \leq Z_{(tabel)}$ maka terima H_0 artinya tidak signifikan.

$Z_{hitung} \geq Z_{tabel}$ atau $4,011 \geq 1,96$, maka H_0 ditolak artinya ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan citra.

Kemudian membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} . Ternyata r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , atau $0,722 > 0,364$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi, penelitian ini berkesimpulan bahwa hubungan kualitas pelayanan dengan citra adalah ada hubungan yang signifikan atau ada korelasi yang signifikan.

Pengujian hipotesis menggunakan uji non parametrik dengan menggunakan rumus Rank Spearman dengan bantuan program perhitungan SPSS Statistical Product and Service Solution) versi 16.0. Korelasi antara Kualitas Pelayanan dengan citra dapat dilihat pada Tabel 6 berikut:

Tabel 6. Tabel Uji koefisien korelasi spearman

Correlations				
		X		Y
Spearman's rho	X	Correlation Coefficient	1.000	.722**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	30	30
	Y	Correlation Coefficient	.722**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Olahan data SPSS, 2016

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0.722 dengan taraf signifikan untuk hipotesis umum sebesar 0.000 pada tingkat taraf kepercayaan 0.005 atau 95%. Adapun tingkat kriteria pengujian :

Jika taraf signifikan $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika taraf signifikan $\geq \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 \leq 0,005$, maka hipotesis kerja (H_a) diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan citra hotel. Hubungan ini ditunjukkan dengan nilai korelasi sebesar 0.722 yang termasuk ke dalam kategori kuat (0.70 - 0.84).

Koefisien Determinasi

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,7222 \times 100\% = 0,521$$

Diperoleh nilai KD sebesar 0.521, artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan *front office department* terhadap citra Lion Hotel and Plaza Manado adalah sebesar 52.1% termasuk dalam tingkat pengaruh sedang (40% -59,9%). Sedangkan sisanya 47.9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain selain kualitas pelayanan atau variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model atau rumus korelasi spearman rank.

Hasil Uji hipotesis menggunakan rumus korelasi Spearman Rank secara manual:

Diperoleh hasil Ternyata r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , atau $0,722 > 0,364$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Selanjutnya pengujian

lanjutan untuk mencari signifikan. Diperoleh hasil $Z_{hitung} \geq Z_{tabel}$ atau $4,011 \geq 1,96$, maka H_0 ditolak artinya ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan citra.

Hasil Uji hipotesis menggunakan rumus korelasi Spearman Rank dengan menggunakan bantuan program perhitungan SPSS versi 16.0. Interpretasi Output Uji koefisien korelasi Spearman menggunakan program penghitungan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 16.0. Diketahui bahwa n atau jumlah data penelitian adalah 30, kemudian nilai sig. (2-tailed) adalah 0,000. Sebagaimana dasar pengambilan keputusan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan citra. Selanjutnya, dari output program SPSS 16.0 diketahui *Correlation Coefficient* (koefisien korelasi) sebesar 0,722, maka nilai ini menandakan hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan citra. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan baik secara manual maupun dengan menggunakan bantuan program perhitungan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 16.0, diketahui bahwa kualitas pelayanan *front office department* dengan citra Lion Hotel and Plaza Manado memiliki hubungan yang kuat (0.70 -0.84) dan signifikan. Kemudian berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi, sumbangan variabel x terhadap variabel y sebesar 52.1%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 47.9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain selain kualitas pelayanan yang tidak dimasukkan dalam model atau rumus korelasi spearman rank.

Front office department yang merupakan salah satu department hotel yang disebut sebagai *First and Last Impression* dari tamu harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik. Dan untuk mencapai kualitas pelayanan yang baik, karyawan *front office* harus memberikan kualitas pelayanan sesuai dengan 5 dimensi pelayanan sebagai berikut:

Reability (Kenadalan), yaitu *front office department* harus mampu untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat, seperti proses pelayanan reservasi kamar, *check in or out* yang efektif dan efisien, serta pelayanan transaksi yang diberikan selalu tepat dan akurat.

Responsivness (Daya tanggap), yaitu kemauan karyawan *front office* untuk membantu tamu dan memberikan jasa dengan cepat. Seperti, karyawan *front office department* harus selalu ramah dan bersedia membantu dalam menanggapi keluhan tamu dan permintaan tamu.

Assurance (Jaminan), yaitu pengetahuan, sopan-santun, dan kemampuan karyawan *front office* untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Seperti, pengetahuan dan kemampuan karyawan *front office* dalam melayani tamu.

Empathy (Empati), yaitu kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada tamu. Seperti, karyawan *front office* memberikan perhatian personal kepada tamu dan memenuhi kebutuhan tamu.

Tangible. (Wujud fisik), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, karyawan, dan material yang dipasang. Seperti, penataan dan kebersihan *front desk* sehingga memberikan kenyamanan bagi tamu, kebersihan dan kerapian karyawan *front office* sehingga memberikan kesan yang baik, dan kelengkapan peralatan kantor seperti komputer, mesin hitung, mesin transaksi, dan alat komunikasi sehingga mempermudah dan mempercepat proses pelayanan *front office*.

Apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan *front office* yang didasarkan pada kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut baik, maka kuat hubungannya dengan citra hotel. Adapun elemen-elemen citra suatu perusahaan lain dalam hal ini hotel, sebagai berikut:

Personality (karakteristik), yaitu keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya dan perusahaan yang mempunyai tanggung jawab. Seperti, Lion Hotel and Plaza Manado memberikan kualitas pelayanan terbaik yang berbeda dengan hotel lainnya, Lion hotel and plaza Manado memberikan kesan yang baik dimata tamu atau pelanggan.

Reputation (Reputasi), yaitu hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain. Seperti, Lion Hotel and Plaza Manado memiliki keunggulan dalam pelayanannya dan sesuai dengan standar kualitas pelayanan pada umumnya.

Value (Nilai), yaitu nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan. Seperti, manajemen dan karyawan Lion Hotel and Plaza Manado peduli terhadap kenyamanan tamu, cepat tanggap dalam menangani permintaan dan keluhan tamu atau pelanggan, serta selalu berusaha memenuhi harapan tamu atau pelanggan.

Corporate Identity (Identitas perusahaan), yaitu komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan. Seperti, yang menjadi moto atau slogan Lion Hotel and Plaza Manado "welcome to our world of hospitality" memberi kesan kualitas pelayanan dan tamu merasakan manfaat yang nyata dari motto atau slogan tersebut.

Apabila dimensi kualitas pelayanan *front office department* dan elemen-elemen citra mendapatkan nilai yang baik maka akan tercipta citra yang positif (*Positive Image*). Dikutip dalam Suwandi 2014, citra yang positif (*Positive Image*) memberikan manfaat bagi hotel, diantaranya: 1) Daya saing jangka panjang yang mantap; 2) Menjadi perisai selama masa krisis; 3) Meningkatkan efektifitas strategi pemasaran; 4) Penghematan biaya operasional; dan 5) Menjadi daya tarik eksekutif handal.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dihitung secara manual ataupun yang dihitung oleh alat bantu perhitungan SPSS 16.0, diperoleh nilai signifikan sebesar $0.000 \leq 0.005$, maka hipotesis kerja (H_a) diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan citra hotel. Hubungan ini ditunjukkan dengan nilai korelasi sebesar 0.722 yang termasuk ke dalam kategori kuat (0.70 - 0.84). Dan dengan adanya kesimpulan mengenai hubungan kualitas pelayanan front office department dan citra Lion Hotel and Plaza Manado. Adapun saran yang hendak diberikan kepada pihak manajemen hotel yaitu: 1) Front office department yang merupakan *First and last impression* tamu harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dimensi kualitas pelayanan dengan baik agar tercipta citra hotel yang positif, karena kualitas pelayanan front office kuat hubungannya dengan citra hotel; 2) Melihat adanya pengaruh dari faktor lain

selain kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap citra hotel yaitu sebesar 47.9%, maka manajemen hotel juga harus melakukan evaluasi operasional kerja untuk mengetahui faktor-faktor lain yang mempengaruhi citra hotel, agar citra Lion Hotel and Plaza Manado bisa lebih baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Adona, Fitri. (2006). *Citra dan Kekerasan dalam Iklan Perusahaan di Televisi*. Padang: Andalas University Press
- Agung Permana Budi, (2013). *Manajemen marketing hotel*. Yogyakarta: ANDI
- Binus Library. 2013. *Landasan Teori Konsep Citra*. Di unduh tanggal 27 april 2016. Tersedia di <https://library.binus.ac.id/eThesisdoc>
- Dicky Sumarsono, (2013). *Dahsyatnya Bisnis Hotel di Indonesia*. Jakarta: Gramedia
- Edwin Japarianto, (2007). *Analisa Kualitas Layanan sebagai pengukur loyalitas pelanggan hotel Majapahit Surabaya dengan pemasaran relasional sebagai variabel Intervening*. Di unduh tanggal 12 maret 2016, tersedia di <http://jurnalperhotelan.petra.ac.id/index.php/hot/article/view/16602/16594>
- Kusmayadi.(1999). *Metodologi penelitian dalam bidang kepariwisataan*. Jakarta.
- Kotler, Philip, (2000), *manajemen pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan pengendalian*. Jakarta: Prenhallindo
- _____. (2002). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium I. Jakarta: Prenhallindo.
- Kriyantono, Rachmat. (2008). *Public Relations Writing: Media Public Relations Membangun Citra Korporat*. Jakarta: Kencana Prenada
- Maya Widjaja, (2007). *Analisis Penilaian Konsumen Terhadap Ekuitas Merek Coffee Shops di Surabaya*. Di unduh tanggal 12 maret 2016. Tersedia di <http://ced.petra.ac.id/index.php/hot/article/view/16754>
- Nasution. 2004. *Total Service Management*, Manajemen jasa terpadu Ghalia, Jakarta: Gramedia
- Noor Juliansyah, (2011). *Metodologi Penelitian Skripsi Tesis Disertasi dan Karya Ilmiah*.

- Jakarta: Kencana Prenada media Group.
- Parsidi, (2012). *Analisis Pelaksanaan SOP Bellboy pada Front Office department di Novotel Lombok*. Akademi Pariwisata Mataram
- Riduwan, (2009). *Metode & teknik menyusun tesis*. Bandung. Alfabeta
- _____. (2010). *Metode & teknik menyusun proposal penelitian (untuk mahasiswa S-1, S-2, dan S-3)*. Bandung: Alfabeta
- Soemirat, Soleh, Elvinaro Ardianto, (2004). *Dasar-dasar Public Relation*, Cetakan Ketiga. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sue Baker, Jeremy Huyton, Pam Bradely, 2011. *Principles of Hotel Front Office Operations second edition*. United Kingdom: Cengage Learning EMEA
- Sugiyono, (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwandi, (2014)). *Citra Perusahaan Seri Manajemen Pemasaran*. Di unduh tanggal 4 Mei 2016.tersedia di <https://oeconomicus.files.wordpress.com>>.
- Tarmoezi, Trisno.(2000). *Management Front Office Hotel*. Jakarta: Kesaint Blanc
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Bandung: Alfabeta