

**ANALISIS PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE* TELEPON OPERATOR  
TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL SINTESA PENINSULA  
MANADO**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**ASTRIANI LUNTUNGAN**

**NIM : 15 064 010**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO**

**JURUSAN PARIWISATA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN D-IV**

**2019**

**ANALISIS PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE* TELEPON OPERATOR  
TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL SINTESA PENINSULA  
MANADO**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Terapan (S.Tr) Pada Program Studi Manajemen Perhotelan*

**Oleh :**

**ASTRIANI LUNTUNGAN**

**NIM : 15 064 010**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO**

**JURUSAN PARIWISATA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN D-IV**

**2019**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**ANALISIS PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE* TELEPON OPERATOR  
TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL SINTESA PENINSULA  
MANADO**

Skripsi Oleh Astriani Luntungan  
Telah Diperiksa dan Disetujui Untuk Diuji

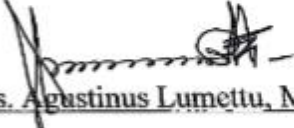
Manado, 23 Juli 2019

Disetujui,

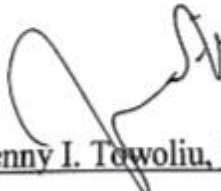
**Pembimbing 1,**

  
Dra. Dianne O. Rondonuwu, MM  
NIP. 1962 0311 199003 2001

**Pembimbing 2,**

  
Drs. Agustinus Lumettu, MAP  
NIP. 1959 0801 199003 1001

**Ketua Program Studi**

  
Benny I. Towoliu, SE., M.Par  
NIP. 1973 0921 200604 1008

**LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN**  
**ANALISIS PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE* TELEPON OPERATOR**  
**TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL SINTESA PENINSULA**  
**MANADO**

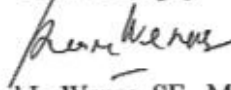
Oleh :

**ASTRIANI LUNTUNGAN**

**NIM. 15 064 010**

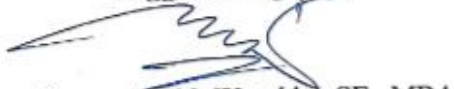
Telah Dipertimbangkan Di Depan Dewan Penguji Dan Dinyatakan Sebagai Salah  
Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sains Terapan (SST)  
Pada Tanggal : 25 Juli 2019

**Ketua Penguji**



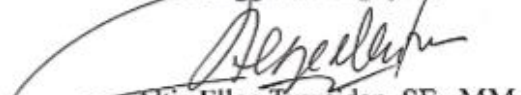
Pearl L. Wenas, SE., M.Si  
NIP. 1974 1110 200312 2002

**Anggota/Penguji 1,**



Margaretha N. Warokka, SE., MBA  
NIP. 1960 1117 198803 2002

**Anggota/Penguji 2,**



Altje Ellen Tuwaidan, SE., MM  
NIP. 1971 0417 199903 2001

Mengetahui,

**Ketua Jurusan Pariwisata**



Octavianus Lintong, S.Pi., M.Si  
NIP. 1975 1020 200312 1001

**Ketua Program Studi**



Benny I. Towolui, SE., M.Par  
NIP. 1973 0921 200604 1008

**SURAT PERNYATAN**  
**KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Astriani Luntungan  
NIM : 15 064 010  
Jurusan : Pariwisata  
Program Studi : Manajemen Perhotelan D-IV  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Product Knowledge Telepon  
Operator Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Sintesa  
Peninsula Manado

Dengan ini menyatakan bahwa tulisan karya ilmiah berupa skripsi ini adalah hasil karya penulis, tidak ada karya/data orang lain yang telah dipublikasikan, dan bukan karya orang lain dalam rangka mendapat gelar akademik di perguruan tinggi, selain yang diacu dalam kutipan dan/ atau dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan karya orang lain baik yang dipublikasikan maupun dalam rangka memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi, saya bersedia ditindak sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Manado, 03 Juli 2019

Yang Membuat Pernyataan,

Materai

Astriani Luntungan

NIM. 15 064 010

## BIOGRAFI

Nama Lengkap : Astriani Luntungan  
NIM : 15 064 010  
Tempat, Tanggal Lahir : Talawaan, 06 Juni 1997  
Alamat : Desa Talawaan Jaga 4 Kec. Talawaan Kab. Minut  
Nama Ayah : Oktavianus Luntungan (Alm)  
Nama Ibu : Frida Rondonuwu  
Alamat Orang Tua : Desa Talawaan Jaga 4 Kec. Talawaan Kab. Minut  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Product Knowledge Telepon  
Operator Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel  
Sintesa Peninsula Manado  
Dosen Pembimbing : 1). Dra. Dianne O. Rondonuwu, MM  
2). Drs. Agustinus Lumettu, MAP  
Dosen Penguji : 1). Pearl L. Wenas, SE., M.Si  
2). Margaretha N. Warokka, SE., MBA  
3). Altje Ellen Tuwaidan, SE., MM  
Waktu Pelaksanaan Skripsi : Kamis, 25 Juli 2019

Manado, 03 Juli 2019

Mahasiswa,



Astriani Luntungan

NIM. 15 064 010

## **MOTTO**

**“Don’t worry about anything; instead, pray about everything. Tell God what you need, and thank him for all he has done”**

**(Philippians 4:6)**

### **Kupersembahkan karya ini untuk :**

**Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan kekuatan dan pengharapan dalam menghadapi setiap kesulitan dan tantangan.**

**Orang-orang yang saya cintai (orangtua, suami, keluarga dan teman-teman) yang selalu setia mendoakan dan memberikan dukungan demi keberhasilan dan kebaikan saya.**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas tuntunan dan hikmat-Nya sehingga proses penyusunan Skripsi ini bisa selesai dengan baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Politeknik Negeri Manado.

Dalam skripsi ini akan dibahas bagaimana Pengaruh Product Knowledge Seorang Telepon Operator Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Sintesa Peninsula Manado. Dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini, penulis sadar telah mendapat banyak bantuan dan dukungan, karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang terkait, yaitu :

1. Orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa sampai saat ini.
2. Steward Lenak Amd.TM sebagai suami yang tak henti memberikan semangat dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Ir. Ever N. Slat selaku Direktur Politeknik Negeri Manado.
4. Bapak I Putu Anom Dharmaya selaku General Manager Hotel Sintesa Peninsula Manado.
5. Bapak Oktavianus Lintong S.Pi, M.Si selaku Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Manado.
6. Bapak Benny I. Towoliu SE., M.Par selaku Ketua Program Studi Manajemen Perhotelan D-IV.
7. Ibu Pearl L. Wenas SE., M.Si selaku Ketua Panitia Ujian Skripsi.
8. Ibu Dra. Dianne O. Rondonuwu, MM sebagai Pembimbing 1 Skripsi.
9. Bapak Drs. Agustinus Lumettu, MAP sebagai Pembimbing 2 Skripsi.
10. Seluruh Dosen dan Staff Administrasi Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Manado yang sudah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Teman-teman dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis sadari bahwa masih terdapat kesalahan dan ketidaksempurnaan dalam skripsi ini, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca untuk kesempurnaan skripsi ini dikemudian hari.

Manado, 04 Juli 2019

**Penulis**



Astriani Luntungan. 2019. *Analisis Pengaruh Product Knowledge Seorang Telepon Operator Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Sintesa Peninsula Manado*. Skripsi, Jurusan Pariwisata, Manajemen Perhotelan, Di Bawah Bimbingan Dra. Dianne O. Rondonuwu, MM (Pembimbing 1) dan Drs. Agustinus Lumettu, MAP (Pembimbing 2).

## ABSTRAK

Kepuasan tamu merupakan prioritas utama yang harus diperhatikan oleh staff yang bekerja pada industri perhotelan, jika tamu merasa puas maka hal tersebut akan berdampak langsung pada kemajuan hotel. Salah satu hal yang harus dilakukan untuk mencapai kepuasan tamu adalah memberikan pelayanan yang baik disamping fasilitas yang menunjang. Staff yang memiliki pengetahuan tentang hotel secara menyeluruh (*product knowledge*) juga turut memberikan kontribusi terhadap kepuasan tamu dimana tamu dapat menerima informasi secara baik dan jelas. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur bagaimana pengaruh *product knowledge* dari seorang telepon operator terhadap kepuasan tamu di Hotel Sintesa Peninsula Manado.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif dan metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian Deskriptif yaitu menggambarkan fenomena atau masalah yang sedang terjadi pada suatu objek penelitian. Penelitian ini mengambil sampel dari suatu populasi dengan cara menyebar kuesioner sebagai alat pengumpulan data dan kemudian akan dianalisa menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Populasi yang diambil adalah tamu yang menginap di Hotel Sintesa Peninsula Manado sedangkan sampelnya sebanyak 40 orang yaitu tamu yang melakukan reservasi melalui telepon dan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Untuk mengukur pengaruh *product knowledge* seorang telepon operator terhadap kepuasan tamu, peneliti menggunakan uji regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap jumlah variabel tidak bebas (*dependent*). Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,666 dan nilai koefisien determinasi sebesar 0,443 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (*product knowledge*) terhadap variabel terikat (kepuasan tamu) adalah sebesar 44,3% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kesimpulan yang dapat ditarik adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara *Product Knowledge* Seorang Telepon Operator Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Sintesa Peninsula Manado.

**Kata Kunci : *Product Knowledge*, Kepuasan Tamu**

Astriani Luntungan. 2019. *Analysis of the Effect of Operator Phone Product Knowledge on Guest Satisfaction at Sintesa Peninsula Hotel Manado*. Thesis, Department of Tourism, Hospitality Management, Under Guidance Dra. Dianne O. Rondonuwu, MM (Advisor 1) and Drs. Agustinus Lumettu, MAP (Advisor 2).

### **ABSTRACT**

Guest satisfaction is a top priority that must be considered by staff working in the hospitality industry, if guests feel satisfied then it will have a direct impact on the progress of the hotel. One of the things that must be done to achieve guest satisfaction is to provide good service in addition to supporting facilities. Staff who have knowledge of the hotel as a whole (product knowledge) also contributes to guest satisfaction where guests can receive information well and clearly. This study aims to measure how the influence of product knowledge from a telephone operator on guest satisfaction at Sintesa Peninsula Hotel Manado.

The type of research used in this study is quantitative research and the research method used is descriptive research method that is describing a phenomenon or problem that is happening to an object of research. This study takes a sample of a population by spreading the questionnaire as a data collection tool and then will be analyzed using the SPSS program (Statistical Product and Service Solutions). The population taken was guests who stayed at the Sintesa Peninsula Hotel Manado while the sample was 40 people namely guests who made reservations by telephone and used purposive sampling technique.

To measure the influence of a telephone operator's product knowledge on guest satisfaction, researchers used a simple regression test to determine the effect of independent variables on the number of dependent variables. The results of the analysis show that the correlation coefficient is 0.666 and the coefficient of determination is 0.443 which means that the influence of product knowledge on the dependent variable (guest satisfaction) is 44.3% and the rest is influenced by other factors.

The conclusion that can be drawn is that there is a significant influence between the Product Knowledge of an Operator Telephone on Guest Satisfaction at Sintesa Peninsula Hotel Manado.

**Keywords: Product Knowledge, Guest Satisfaction**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
BIOGRAFI.....	vi
MOTTO .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Pembatasan Masalah .....	3
1.4 Rumusan Masalah.....	3
1.5 Tujuan Penelitian .....	3
1.6 Manfaat Penelitian .....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
<b>2.1 Landasan Teori .....</b>	<b>4</b>
2.1.1 Definisi Product Knowledge .....	4

2.1.2 Indikator Product Knowledge.....	4
2.1.3 Front Office .....	5
2.1.4 Peran <i>Front Office</i> .....	5
2.1.5 Fungsi <i>Front Office</i> .....	7
2.1.6 Telepon Operator.....	10
2.1.7 Tugas dan Tanggung Jawab Telepon Operator .....	11
2.1.8 Tata Cara Bertelepon Yang Baik dan Benar .....	12
2.1.9 Peralatan Yang Digunakan Pada Telepon Operator.....	13
2.1.10 Perlengkapan Telepon Operator .....	13
2.1.11 Pengetahuan Yang Harus dimiliki Telepon Operator .....	14
2.1.12 Definisi Pelayanan.....	15
2.1.13 Karakteristik Pelayanan.....	15
2.1.14 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	16
2.1.15 Definisi Kepuasan Tamu .....	17
2.1.16 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Tamu.....	18
2.1.17 Manfaat Kepuasan Tamu.....	19
2.1.18 Metode Pengukuran Kepuasan Tamu.....	19
<b>2.2 Kerangka Berpikir.....</b>	<b>20</b>
<b>2.3 Hipotesis.....</b>	<b>22</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	23
3.2 Sumber Data .....	23
3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	23
3.4 Populasi dan Sampel.....	23

3.5 Metode Pengumpulan Data .....	24
3.6 Teknik Analisis Data .....	24
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
<b>4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....</b>	<b>26</b>
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	26
4.1.2 Lokasi dan Telepon Perusahaan .....	27
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan .....	27
4.1.4 Tujuan dan Sasaran Perusahaan .....	27
4.1.5 Fasilitas di Hotel Sintesa Peninsula Manado.....	28
4.1.6 Struktur Organisasi Perusahaan.....	35
<b>4.2 Hasil.....</b>	<b>36</b>
4.2.1 Profil Umum Responden .....	36
4.2.2 Penyajian Data Statistik Deskriptif .....	39
4.2.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	41
<b>4.3 Analisis Data.....</b>	<b>45</b>
4.3.1 Regresi Sederhana X terhadap Y .....	46
<b>4.4 Pengujian Hipotesis .....</b>	<b>48</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran .....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>53</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>54</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 3.1 Skala Likert.....	24
Tabel 4.1 Tipe dan Jumlah Kamar .....	28
Tabel 4.2 Meeting Room dan Kapasitasnya .....	30
Tabel 4.3 Profil Responden.....	36
Tabel 4.4 Data Statistik Deskriptif.....	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Data X ( <i>Product Knowledge</i> ) .....	41
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel X ( <i>Product Knowledge</i> ).....	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Data Y (Kepuasan Tamu) .....	42
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Tamu) .....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Data X ( <i>Product Knowledge</i> ).....	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Data Y (Kepuasan Tamu).....	45
Tabel 4.11 Variable entered/remove/regresi sederhana X terhadap Y .....	46
Tabel 4.12 Model Summary Regresi Sederhana X dan Y .....	47
Tabel 4.13 Coefficients/Regresi Sederhana X Terhadap Y .....	47

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	21
Gambar 4.1 Tampak Depan Hotel Sintesa Peninsula Manado .....	26
Gambar 4.2 Gardenia Restaurant and Coffee Shop .....	31
Gambar 4.3 Orchid Lounge .....	32
Gambar 4.4 Panoramic Executive Lounge .....	32
Gambar 4.5 Swimming Pool.....	33
Gambar 4.6 Fitness Center.....	34
Gambar 4.7 Fuji Spa .....	34
Gambar 4.8 Struktur Organisasi Sintesa Peninsula Hotel Manado .....	35
Gambar 4.9 Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Gambar 4.10 Pie Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	37
Gambar 4.11 Pie Responden Berdasarkan Usia .....	38

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	54
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data X .....	56
Lampiran 3 Hasil Tabulasi Data Y .....	57
Lampiran 4 Hasil Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Data X.....	58
Lampiran 5 Hasil Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Data Y .....	59



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri perhotelan merupakan salah satu industri yang berkembang pesat akhir-akhir ini. Hal ini terlihat jelas dengan bertambahnya jumlah akomodasi di berbagai tempat dan daerah di seluruh belahan dunia termasuk Indonesia. Hal ini tentunya membawa dampak bagi kemajuan perekonomian negara dan juga menjadi sumber devisa. Dengan demikian, perbaikan dalam berbagai aspek harus lebih ditingkatkan agar menunjang kemajuan dari industri perhotelan itu sendiri.

Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus (Sulastiyono 2011:5). Hotel sendiri memiliki beberapa departemen yang memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing yang bertujuan untuk mendapatkan atau meningkatkan pendapatan, diantaranya yaitu *Front Office Department, Housekeeping Department, F&B Department, Human Resources Department, Engineering Department, Sales & Marketing Department, Security Department* dan lain-lain tergantung besar kecilnya suatu hotel.

Dari antara departemen-departemen tersebut, *Front Office* merupakan salah satu departemen yang memiliki pengaruh paling besar dalam meningkatkan pendapatan hotel karena bertugas menjual kamar dan fasilitasnya kepada tamu. *Front Office* departemen juga bertugas dalam menjaga citra suatu hotel karena baik buruknya hotel tersebut tercermin saat tamu pertama kali datang ke hotel dan departemen *Front Office* yang pertama kali dilihat oleh tamu karena posisinya yang berada di depan atau saat pertama kali memasuki hotel. Hal ini tentunya menjadi perhatian khusus dimana pelayanan yang diberikan akan menjadi penentu apakah tamu yang datang menginap akan kembali lagi atau tidak.

*Front office* sendiri memiliki beberapa bagian diantaranya yaitu *Reservation, Receptionist, Doorman*, dan *Telepon Operator* yang memiliki tugas dan fungsinya

masing-masing. Dari beberapa bagian tersebut, Telepon operator memiliki tugas memberikan informasi maupun menyambungkan telepon baik kedalam maupun keluar hotel. Hal ini tentunya membuat staff yang bekerja di bagian Telepon Operator harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dan pengetahuan tentang hotel secara menyeluruh.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis selama kurang lebih enam bulan di Hotel Sintesa Peninsula Manado, didapati bahwa dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan yaitu saat staff menerima telepon dari tamu, para staff tidak bisa menjawab pertanyaan tamu seputar fasilitas hotel diantaranya ukuran kamar, arah kiblat, kedalaman kolam renang, harga member untuk fitness center, maupun fasilitas lain karena tidak memiliki pengetahuan yang baik tentang lingkup pekerjaan dan hotel secara menyeluruh khususnya tentang “*product knowledge*” padahal hal tersebut merupakan hal wajib yang harus diketahui oleh seorang telepon operator mengingat salah satu tugas dari staff yang bekerja di bagian *front office* adalah menjual fasilitas hotel jadi penguasaan tentang fasilitas hotel seperti harga kamar, restoran, promo-promo yang sedang diadakan harus menjadi syarat mutlak yang harus diketahui oleh seorang telepon operator karena kalau pertanyaan tamu tidak bisa dijawab dengan baik maka akan timbul masalah karena informasi yang diberikan tidak diterima dengan baik oleh tamu. Sebagai sumber uang bagi hotel, selain fasilitas yang menunjang, setiap tamu yang datang pastinya mengharapkan pelayanan yang baik termasuk menerima informasi secara jelas dan akurat. Pelayanan yang baik dari hotel akan membuat tamu merasakan kepuasan dan kenyamanan selama menginap di hotel tersebut dan hal ini akan berdampak pada kemajuan dari hotel itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis ingin mengangkat judul penelitian tentang **“ANALISIS PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE* TELEPON OPERATOR TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL SINTESA PENINSULA MANADO”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut :

1. Telepon Operator tidak bekerja secara profesional khususnya pada saat menerima panggilan dari tamu, Telepon Operator tidak dapat menjawab pertanyaan tamu mengenai informasi seputar fasilitas hotel.
2. Telepon Operator tidak memberikan informasi secara jelas dan akurat sehingga menimbulkan masalah yang membuat tamu merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih fokus dan terarah, maka peneliti membatasi penelitian sesuai dengan judul yaitu “Pengaruh *Product Knowledge* Telepon Operator Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Sintesa Peninsula Manado”.

## **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, rumusan masalah yang akan diangkat adalah :

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan tamu ?
2. Sebesar apa pengaruh *product knowledge* seorang telepon operator terhadap kepuasan tamu ?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan tamu.
2. Untuk mengukur sejauh mana pengaruh *product knowledge* seorang telepon operator terhadap kepuasan tamu.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi Penulis, Penelitian ini berguna untuk perbandingan antara teori dan kenyataan yang ada di lapangan.
2. Bagi Perusahaan, diharapkan dapat menjadi referensi dalam peningkatan kualitas pelayanan yang berdampak pada kemajuan operasional kedepannya.
3. Bagi pihak lain, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi yang bermanfaat.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Definisi *Product Knowledge***

Menurut **Brucks (dalam Shirin & Hanzaee, 2011)**, *product knowledge* adalah pengetahuan yang didasarkan pada memori atau pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen. Pengetahuan produk memiliki peranan penting dalam perilaku konsumen, karena perbedaan tingkat pengetahuan suatu produk membuat konsumen bertindak berbeda pula. Proses pengambilan keputusan dan strategi konsumen dengan pengetahuan produk yang lebih tinggi akan berbeda dari konsumen yang kurang pengetahuan (**Hanzaee & Ghafelehbash, 2012**).

Menurut **Brucks (dalam Shirin & Hanzaee, 2011)**, *product Knowledge* dibagi dalam 3 kategori, yaitu :

- 1) *Subjective Knowledge/Perceived Knowledge*, merujuk pada seberapa banyak responden tahu mengenai suatu produk;
- 2) *Objective Knowledge*, seberapa banyak informasi dan jenis informasi yang terdapat dalam memori konsumen;
- 3) *Experience Based Knowledge*, seberapa banyak pengalaman konsumen dalam pembelian dan pemakaian suatu produk.

##### **2.1.2 Indikator *Product Knowledge***

Menurut **Peter dan Olson (2010:70-75)**, terdapat 4 indikator dalam *product knowledge*, yaitu atribut produk, manfaat fungsional, manfaat psikologis, dan nilai-nilai yang diperoleh apabila konsumen mengkonsumsi produk atau jasa. Berikut penjelasan dari masing-masing indikator tersebut :

- a. Atribut produk adalah segala aspek fisik dari suatu produk atau jasa yang dapat dilihat atau dirasakan;

- b. Manfaat Fungsional adalah dampak yang langsung dirasakan ketika konsumen membeli produk atau jasa yang akan digunakan;
- c. Manfaat Psikologis adalah dampak sosial yang diperoleh konsumen ketika berinteraksi dengan suatu produk atau jasa;
- d. Nilai-nilai yang diperoleh setelah konsumen menggunakan produk atau jasa.

### 2.1.3 Front Office

Menurut **Bagyono (2006:21)**, *Front office* berasal dari bahasa Inggris “*Front*” yang berarti depan dan “*Office*” yang berarti kantor. Jadi *Front Office* adalah Kantor Depan. Dalam konteks pengertian hotel, kantor depan merupakan salah satu departemen di hotel yang letaknya di bagian depan. Tepatnya tidak begitu jauh dari pintu depan hotel atau *lobby*. Area ini merupakan tempat yang paling sibuk di hotel. Karena lokasinya yang berada di bagian depan, maka front office menjadi salah satu departemen yang paling banyak bertemu dan berkomunikasi secara langsung dengan para tamu. *Front Office* merupakan salah satu departemen yang menjadi sumber pemasukan terbesar bagi suatu hotel sehingga hal ini hendaknya menjadi perhatian khusus bagi para staff yang ada di *front office* departemen agar selalu memberikan pelayanan yang baik kepada setiap tamu yang datang.

### 2.1.4 Peran Front Office

Hampir semua kegiatan yang ada di kantor depan berhubungan dengan tamu, baik secara langsung maupun tidak langsung. Karena itu kantor depan memiliki peranan penting dalam operasional sebuah hotel.

Seperti dikatakan oleh **Vallen (1985:24)**, dalam bukunya *Check-in – check-out, principles of effective front management*, bahwa *front office* adalah :

“*It is indeed the heart and the hub and the nerve center of guest activity*” yang artinya front office adalah jantung dan pusat dari segala macam kegiatan para tamu.

Dalam operasionalnya sehari-hari, *Front Office* memiliki macam-macam peran. Peran ini penting untuk memperlancar kegiatan hotel dan menjalin kerjasama antar departemen. Untuk itu ada 8 (delapan) peran penting dari *front office* departemen yaitu :

**1. Merupakan Wakil Dari Manajemen (*Management Representative*)**

Dalam keadaan tertentu kantor depan hotel dapat berperan sebagai wakil dari manajemen untuk menghadapi/menyelesaikan masalah tertentu yang hanya bisa diselesaikan oleh pihak manajemen.

**2. Orang-Orang Yang Mampu Menjual (*Sales Person*)**

Setiap orang yang berada di jajaran kantor depan harus memiliki *salesmanship* karena karyawan kantor depan lebih banyak berhubungan dengan tamu ataupun pengunjung jika dibandingkan dengan departemen/bagian lain. Yang dimaksud mampu menjual di sini bukan saja menjual produk hotel berupa kamar, melainkan juga fasilitas-fasilitas lain yang disediakan oleh pihak hotel.

**3. Pemberi Informasi (*Information Giver*)**

Seluruh petugas kantor depan diharapkan mampu memberikan keterangan yang jelas dan benar tentang fasilitas dan produk hotel. Selain itu petugas kantor depan juga harus mengetahui kejadian/peristiwa penting baik yang terjadi di dalam maupun di luar hotel yang berhubungan dengan kebutuhan tamu baik untuk kebutuhan bisnis maupun rekreasi (*relax*)

**4. Penyimpan Data (*Record Keeper*)**

*Front Office* departemen merupakan sumber dan pusat penyimpanan data dalam kegiatan operasional hotel sehari-hari. Semua data dan laporan akan di rekap dari bagian lain lalu direkam oleh *Front Office* dalam bentuk laporan dan data statistik. *Front office* juga menyimpan data riwayat tamu.

**5. Dapat Melakukan Tindakan Secara Diplomatis (*Diplomatic Agent*)**

Seorang petugas kantor depan diharapkan pada situasi dan kondisi tertentu mampu melakukan tindakan secara diplomatis. Yang dimaksud dengan

tindakan diplomatis adalah menjaga dan menetralsir suasana hubungan baik dengan pihak lain yang berhubungan dengan hotel. Sebab pada dasarnya hotel dapat dikatakan sebagai negara kecil di dalam sebuah negara (maksudnya, tamu-tamu yang menginap dari berbagai negara dan mereka dilindungi oleh hukum negara masing-masing oleh perwakilan diplomatiknya di Negara bersangkutan).

**6. Pemecah Masalah (*Problem Solver*)**

Kantor depan merupakan tempat untuk menyelesaikan masalah tamu, terutama keluhan-keluhan tamu. Merupakan hal yang wajar bila karyawan *front office* menerima keluhan yang bukan masalah kantor depan melainkan masalah dari departemen lain.

**7. Sebagai Wakil Dari Hubungan Masyarakat (*Public Relations Agent*)**

Karyawan kantor depan juga harus dapat berperan secara aktif sebagai orang-orang yang berhubungan dengan masyarakat, terutama masyarakat pengunjung yang datang ke hotel. Disitu para petugas diharapkan dapat berperan sebagai *internal public relations* yang dapat memberikan citra baik terhadap tamu hotel maupun para pengunjung.

**8. Sebagai Koordinator Kegiatan Pelayanan (*Service Coordinator*)**

Kantor depan hotel juga berperan sebagai tempat koordinasi pelayanan. Informasi dan kegiatan departemen lain dikomunikasikan melalui kantor depan. Yang paling jelas adalah saat ada tamu rombongan dan adanya kegiatan konvensi, atau kegiatan lain yang melibatkan tamu dan pengunjung hotel.

**2.1.5 Fungsi Front Office**

• **Menjual Kamar**

Fungsi utama departemen kantor depan adalah menjual kamar. Kata menjual dalam hal ini berarti menyewakan. Dalam rangkaian kegiatan penjualan kamar, terdapat tugas dan tanggung jawab yang harus diselesaikan. Fungsi kantor depan dalam kaitannya dengan kegiatan menjual kamar antara lain :

- a. Menerima pesanan kamar

- b. Menangani tamu tanpa pemesanan kamar (*walk-in guest*)
  - c. Menangani tamu dengan reservasi
  - d. Melaksanakan pendaftaran
  - e. Menentukan kamar
- **Memberikan Informasi Tentang Layanan Di Dalam dan Di Luar Hotel**  
Mengingat lokasinya yang sangat strategis, kantor depan juga berfungsi sebagai pusat informasi bagi para tamu. Informasi yang diberikan meliputi :
    - Produk dan layanan di dalam hotel
    - Fasilitas umum (*public service*) dan segala sesuatu yang berkaitan dengan objek dan atraksi wisata
  - **Mengkoordinasi Pelayanan Tamu**  
Fungsi kantor depan dalam mengkoordinasi layanan tamu melibatkan semua unsur organisasi hotel baik departemen, seksi, maupun sub seksi. Komunikasi yang baik melalui berbagai macam media dapat mempermudah alur koordinasi.  
Fungsi kantor depan dalam mengkoordinasi layanan hotel antara lain adalah :
    - a. Berkomunikasi dengan bagian-bagian hotel
    - b. Menangani berbagai masalah dan keluhan tamu
  - **Menyusun Laporan Status Kamar**  
Status kamar adalah informasi yang sangat penting bagi kantor depan. Tanpa mengetahui status kamar-kamar yang ada di hotel, petugas akan mengalami kesulitan dalam menjualnya. Oleh karena itu, status kamar harus selalu diperbaharui setiap saat baik secara manual maupun menggunakan sistem computer. Department yang terkait erat dengan aktivitas ini adalah *housekeeping*. Status kamar yang perlu disusun dan dilaporkan antara lain :
    - a. Kamar yang dihuni
    - b. Kamar yang sedang dibersihkan
    - c. Kamar yang sedang diperbaiki
    - d. Perpindahan kamar
    - e. Kamar *out of order*



- **Menyelenggarakan Pembayaran Tamu**

Kantor depan juga berfungsi sebagai penyelenggara keuangan hotel secara teknis, khususnya yang berkaitan langsung dengan tamu, seperti pembayaran rekening tamu, baik secara tunai maupun kredit, dan juga deposit kamar. Sedangkan urusan keuangan hotel secara menyeluruh ditangani oleh departemen *Accounting*.

Kegiatan penyelenggaraan keuangan di kantor depan antara lain :

- a. Membuka rekening tamu
- b. Mencatat transaksi pada rekening tamu
- c. Membatasi jumlah kredit
- d. Menyusun dan mencatat berbagai transaksi tamu
- e. Mempersiapkan pembayaran tamu
- f. Menyusun rekening tamu
- g. Melaksanakan prosedur *check-out*

- **Menyusun Riwayat Kunjungan Tamu**

Bagi hotel, kunjungan tamu adalah nafas kehidupan. Riwayat tamu yang pernah datang dan menginap akan dicatat dan diarsip dengan baik agar bilamana tamu itu suatu saat kembali lagi, hotel telah memiliki data-data penting tentang dirinya seperti kamar yang diinginkannya, kesukaannya dan hal lain yang dapat dipersiapkan untuk memberikan layanan pribadi (*personalized service*). Selain itu riwayat kunjungan juga dapat dimanfaatkan sebagai bahan pembuatan statistik hotel.

- **Menangani Layanan Komunikasi Melalui Telepon**

Hotel yang baik memiliki standar penyelenggaraan komunikasi yang baik pula, ditinjau dari segi peralatan, prosedur, maupun karyawan sebagai pelaku. Dari segi peralatan dapat diidentifikasi sejumlah alat komunikasi yang dimiliki seperti telepon, faksimili, jaringan internet, dan lain-lain. Kegiatan komunikasi di kantor depan meliputi :

- a. Penanganan semua pembicaraan telepon
- b. Penerimaan dan pengiriman faksimili
- c. Layanan *wake-up call*

- **Menangani Barang-Barang Bawaan Tamu**

Kegiatan kantor depan yang berhubungan dengan penanganan barang-barang yang dibawa tamu selama menginap antara lain :

- a. Menangani barang-barang tamu yang baru tiba
- b. Menangani barang-barang tamu yang hendak meninggalkan hotel
- c. Menangani perpindahan kamar
- d. Menangani penitipan barang bawaan tamu

### **2.1.6 Telepon Operator**

Bagian telepon operator juga merupakan bagian penting di hotel. Hampir setiap hotel menyediakan fasilitas sambungan telepon baik untuk keperluan lokal, interlokal, maupun ke luar negeri selama 24 jam setiap harinya. Bagaimanapun situasi yang sedang dihadapinya, seorang petugas telepon harus bersikap ramah kepada tamu atau orang yang diajak bicara, walaupun praktis yang diajak bicara tidak terlihat. Karyawan di bagian telepon operator tidak berhak untuk memberi tahu kepada penelepon tentang keadaan tamu di dalam kamar, walaupun itu sangat diminta oleh penelepon. Sebab hal itu akan mengganggu ketenangan dan privasi tamu. Selain itu, mungkin saja penelepon adalah orang yang bermaksud tidak baik dan membahayakan tamu.

Menurut **Hartini (2011:1)**, layanan komunikasi yang biasanya diberikan oleh pihak hotel/telepon operator adalah :

- a. Menangani/menjawab sambungan telepon masuk (*incoming call*).
- b. Menangani panggilan telepon keluar (*outgoing call*).
- c. Memberikan layanan pengiriman dan penerimaan fax.
- d. Memberikan layanan akses internet (*wire atau spot*).
- e. Memberikan layanan bangun pagi (*wake-up call*).
- f. Memberikan layanan informasi.
- g. Memberikan pelayanan pemutaran hiburan film dan musik di kamar tamu dan area publik hotel.
- h. Memberikan layanan komunikasi di hotel (*house call*).

- i. Menangani panggilan telepon darurat dan ancaman telepon
- j. Menangani panggilan pesan di hotel dan pengaturan parkir kendaraan melalui pengeras suara.

### **2.1.7 Tugas dan Tanggung Jawab Telepon Operator**

Tugas utama Telepon Operator adalah memberikan pelayanan dengan cepat, ramah tamah, dan santun terhadap semua pihak yang memerlukan jasa telepon, baik yang berada di dalam maupun luar hotel. Selain itu ada pula tugas dan tanggung jawab seorang operator telepon, diantaranya adalah :

1. Bertanggung jawab terhadap semua telepon yang masuk maupun keluar. Kalau terpaksa harus melakukan penundaan layanan, maka harus sesingkat mungkin agar tamu tidak menunggu terlalu lama
2. Membantu sistem operasional komunikasi hotel agar berjalan lancar
3. Menerima pesan-pesan telepon dari tamu untuk ditindak-lanjuti hingga tuntas
4. Mengerjakan *wake-up call* (layanan membangunkan tamu) sesuai dengan permintaan tamu
5. Melakukan panggilan (*paging*) tamu melalui pengeras suara
6. Diharuskan hafal akan nomor-nomor telepon penting, khususnya untuk keadaan darurat seperti kebakaran
7. Harus mengetahui dengan pasti nomor (*extension*) para pejabat hotel atau *department head*, informasi tentang fasilitas hotel, pesta atau rapat hari itu (*events & function*) serta jenis-jenis pelayanan lain yang diberikan oleh hotel
8. Memonitor musik dan program video sesuai dengan jadwal
9. Mempunyai pengetahuan yang luas tentang sistem telepon dan dapat bekerja dengan seluruh peralatan yang ada di operator telepon
10. Menjaga agar ruang operator selalu bersih dan rapih
11. Menggunakan “suara hotel” (*voice by the hotel*) untuk membuka percakapan dengan tamu.

### **2.1.8 Tata Cara Bertelepon Yang Baik dan Benar**

Sebagai orang yang bekerja di lingkungan hotel, seorang operator telepon harus menguasai dan sekaligus menggunakan tata cara bertelepon yang baik, yaitu sebagai berikut :

1. Jawablah panggilan telepon secepat mungkin (maksimal 3 kali dering).
2. Berilah jarak antara telepon dengan mulut  $\pm$  5 sentimeter agar suara anda tidak terdengar terlalu keras.
3. Ucapkan dengan jelas identitas hotel anda, seksi dan atau nama anda.
4. Ucapkan salam dengan penuh perhatian dan suara yang menyenangkan.
5. Dapatkan nama tamu. Mintalah penelepon untuk mengeja nama karena kadang terjadi kesalahan dalam membedakan huruf
6. Berbicaralah dengan jelas dan hindari menggunakan bahasa yang tidak bisa dimengerti atau istilah-istilah yang bersifat teknis.
7. Gunakan tata bahasa yang baik dan benar sesuai bahasa yang digunakan.
8. Curahkan perhatian sepenuhnya kepada topic pembicaraan.
9. Tersenyumlah pada saat bertelepon karena senyum anda akan dapat dirasakan oleh lawan bicara walaupun dia tidak dapat melihat anda secara langsung.
10. Jangan pernah membiarkan penelepon menunggu terlalu lama.
11. Jika penelepon meninggalkan pesan, pastikan pesannya dicatat dengan akurat dan disampaikan kepada orang yang dituju.
12. Usahakan untuk selalu menyebut nama penelepon jika anda telah mengetahui nama penelepon tersebut.
13. Selalu ingat untuk mengucapkan terimakasih dan selamat berpisah
14. Berikan kesempatan kepada penelepon untuk mengucapkan selamat berpisah sebelum menutup telepon.

### 2.1.9 Peralatan Yang Digunakan Pada Telepon Operator

Menurut **Darsono (2011:26)**, ada beberapa macam peralatan yang digunakan pada telepon operator, diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. *Private Automatic Branch Exchange (PABX)*, adalah alat dengan sistem tombol yang dihubungkan langsung tanpa melalui operator,
- b. *Private Manual Branch Exchange (PMBX)*, adalah alat dengan sistem colok yang dihubungkan melalui operator. Fasilitas lain yang ada pada alat ini yaitu *timer, sound system, tape recorder*, rak informasi, dan
- c. *Private Branch Exchange (PBX)*, adalah *switchboard* yang dihubungkan dengan *public exchange* dengan satu jalur atau lebih; yang kemudian disambungkan ke berbagai ekstensi telepon dalam hotel; ekstensi yang tersambung ke seksi/departemen-departemen.

### 2.1.10 Perlengkapan Telepon Operator

Menurut **Andriani (2012:1)**, perlengkapan fisik yang tersedia di telepon operator adalah *switch board, telepon set, head set, computer*, meja operator, kursi operator, lemari alat, *white board*, televisi, mesin faksimili, mesin *photo copy, filling cabinet*, mesin *Private Automatic Branch Exchange (PABX), Private Manual Branch Exchange (PMBX), video system set*, dan *audio system set*. Adapun perlengkapan lain yang ada di telepon operator seperti *Emergency call line, wake-up call system, paging system, telephone feature, rooming list*, dan *front office system*.

- a. *Emergency call*, adalah sarana komunikasi yang khusus dalam situasi darurat seperti saat terjadi kebakaran, gempa bumi, banjir, dan kondisi genting lainnya. Operator akan menggunakan jalur itu sesuai dengan standar yang diberlakukan hotel. Telepon operator akan menelepon pihak terkait dengan mengikuti panduan yang sudah ada, juga dalam kondisi tersebut seorang telepon operator tidak boleh panik, harus memastikan kebenaran info serta mengulang informasi dan menyebarkan informasi tersebut ke kepala bagian yang terkait.

- b. *Wake-up call*, adalah layanan untuk membangunkan tamu dari tidurnya sesuai dengan pesan tamu. Sistem ini dapat menggunakan cara manual dengan mencatat di *log book* kemudian operator akan menelepon tamu yang meminta untuk dibangunkan atau bisa juga dengan cara membangunkan tamu secara langsung ke kamar yaitu pada jam yang diminta, petugas hotel akan mengetuk pintu kamar agar tamu bangun.
- c. *Paging system*, adalah sistem untuk menghubungi semua nomor ekstensi, biasanya dengan pesan khusus *paging system* dapat dilakukan dengan menginformasikannya secara di-*announce* ke seluruh *speaker* dengan suara yang jelas dan kedengaran.
- d. *Charging system*, adalah sistem penarikan biaya percakapan yang dilakukan oleh tamu. Cara ini berlaku pada hotel yang menjadikan sarana telepon sebagai penghasil *income*.
- e. *Telephone feature*, merupakan bentuk layanan yang tersedia dan bisa dimanfaatkan oleh pengguna telepon.
- f. *Rooming list*, merupakan sarana integral telepon operator dalam menjalankan tugasnya sehari-hari, berupa *display* daftar tamu yang ada di sistem komputer.
- g. *Hotel information system*, adalah sarana untuk membuat agar semua laporan dan komunikasi dapat disatukan secara efisien, mulai dari pencatatan lama percakapan sampai biayanya, mulai dari pesan untuk kamar tertentu sampai permintaan *collect call*.

### **2.1.11 Pengetahuan Yang Harus Dimiliki Oleh Telepon Operator**

Untuk mendukung tugasnya, operator telepon idealnya menguasai informasi tentang hotel secara keseluruhan, seperti :

1. Harga kamar
2. Status kamar
3. Semua informasi tentang hotel, termasuk tawaran khusus yang menarik
4. Fasilitas hotel
5. Daftar harga

6. Informasi tentang aktivitas yang terjadi di lingkungan hotel
7. Orang-orang yang bertanggung jawab terhadap satu departemen (penerima keputusan)
8. Arah dan panduan
9. Tren layanan
10. Semua informasi yang diperlukan, seperti fasilitas kedatangan, penerbangan lanjutan dan transportasi menuju kota anda
11. Promosi yang sedang digencarkan hotel, seperti paket khusus, konferensi, makan di restoran dan sebagainya.’

### **2.1.12 Definisi Pelayanan**

Menurut **Mahmoedin (2010)**, pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, bisa disimpulkan bahwa pelayanan adalah hubungan timbal balik antara pemberi dan penerima produk/jasa dalam hal ini yaitu pemenuhan kebutuhan tamu sesuai dengan harapan dan keinginan mereka.

### **2.1.13 Karakteristik Pelayanan**

Menurut **Kotler ( Dalam Tjiptono, 2014)**, secara garis besar karakteristik jasa terdiri dari *intangibility*, *inseparability*, *variability/heterogeneity*, *perishability* dan *lack of ownership*. Dengan uraian sebagai berikut :

1. *Intangibility*, yaitu jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu objek, alat, atau benda maka jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja, atau usaha. Oleh karena itu jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum dibeli dan dikonsumsi.

2. *Inseparability*, yaitu barang biasanya diproduksi kemudian dijual lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.
3. *Variability/Heterogeneity*, yaitu jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized* output, artinya terdapat banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi.
4. *Perishability*, yaitu jasa tidak dapat disimpan dan tidak tahan lama.
5. *Lack of ownership*, yaitu perbedaan dasar antara barang dan jasa. Pada pembelian barang, konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya. Mereka dapat mengonsumsi, menyimpan, atau menjualnya. Di lain pihak, pada pembelian jasa, pelanggan hanya akan memiliki akses personal dan dengan jangka waktu yang terbatas.

#### **2.1.14 Dimensi Kualitas Pelayanan**

**Kotler (2012:284)**, menyebutkan bahwa ada 5 dimensi kualitas pelayanan jasa yang harus dipenuhi, diantaranya adalah :

1. *Tangibles*/bukti fisik, yaitu penampilan fisik layanan perusahaan, seperti penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, kebersihan, kerapian serta media komunikasi.
2. *Empathy*/empati, yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.
3. *Reliability*/kehandalan, yaitu kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya
4. *Responsiveness*/cepat tanggap, yaitu daya tanggap perusahaan dalam memberi layanan kepada pelanggan serta menangani keluhan tamu.
5. *Assurance*/jaminan, yaitu kemampuan perusahaan dalam memberi jaminan pelayanan yang merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan tamu.



### 2.1.15 Definisi Kepuasan Tamu

Menurut **Kotler (2014:150)**, kepuasan tamu adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

Menurut **Kotler & Keller (2016:150)**, *“satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product’s perceived performance or outcome to expectations. If the performance falls short of expectations, the outcome is dissatisfied. If it matches expectations, the customer is satisfied or delighted.* Yang berarti kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya kurang dari ekspektasi maka konsumen akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi maka konsumen akan merasa puas. Diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Menurut **Soedarmo (2006:70)**, kepuasan pelanggan adalah suatu kondisi (puas, senang atau bangga) yang dirasakan oleh konsumen ketika menerima sebuah produk atau jasa yang ditawarkan di atas rata-rata layanan sejenisnya.

Menurut **Suyanto (2007:10)**, kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa dari pelanggan yang berasal dari perbandingan antara kinerja produk dengan harapannya. Jika kinerja produk sesuai dengan harapan maka pelanggan akan puas atau senang. Sebaliknya, jika kinerja produk tidak sesuai dengan harapan maka pelanggan akan kecewa. Jika kinerja produk melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas atau sangat senang.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan tamu merupakan perasaan senang atau kecewa dari konsumen setelah membandingkan antara harapan dengan hasil/performa dari suatu produk/jasa.

### **2.1.16 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Tamu**

Faktor yang mempengaruhi kepuasan tamu yaitu kepuasan saat menggunakan jasa pelayanan, yang dipengaruhi oleh perbedaan antara harapan dan keinginan terhadap kinerja yang dirasakan. Apabila pelayanan yang dirasakan atau diterima sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dapat diasumsikan dengan baik atau memuaskan, sebaliknya jika kualitas yang diterima atau dirasakan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan dan diinginkan, maka kualitas pelayanan diasumsikan buruk atau tidak memuaskan.

Menurut **Moenir (Dalam Yulairmi dan Putu R, 2007)**, agar layanan dapat dikatakan memuaskan orang atau sekelompok orang yang dilayani, ada empat persyaratan pokok yaitu :

1. Tingkah laku yang sopan.
2. Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan.
3. Waktu penyampaian yang tepat.
4. Keramah-tamahan.

Sedangkan menurut **Lupiyoadi (2006:36)**, dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan, yakni :

1. Kualitas Produk  
Pelanggan akan merasa puas apabila hasil yang berupa barang ataupun jasa yang mereka terima sesuai dengan apa yang diharapkan.
2. Pelayanan  
Pelayanan akan menjadi sangat penting dan pelanggan akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan.
3. Emosional  
Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadapnya apabila menggunakan produk dengan merek tertentu sehingga cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan

yang diperoleh bukan dari kualitas produk melainkan nilai sosial atau *self-esteem* yang membuat pelanggan merasa puas dengan merek tertentu.

4. Harga

Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi memiliki harga yang relative lebih murah akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan.

5. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tambahan waktu cenderung akan puas terhadap produk/jasa yang diberikan.

### 2.1.17 Manfaat Kepuasan Tamu

Menurut **Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2012:57)**, secara garis besar kepuasan konsumen memberikan dua manfaat utama bagi perusahaan, yaitu berupa loyalitas konsumen dan penyebaran (*advertising*) dari mulut ke mulut, manfaat spesifik kepuasan konsumen bagi perusahaan mencakup : dampak positif pada loyalitas konsumen; berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan; menekan biaya transaksi konsumen di masa depan (terutama biaya-biaya komunikasi, penjualan dan layanan konsumen); konsumen cenderung lebih reseptif terhadap *product line extension, brand extension dan new add – on service* yang ditawarkan perusahaan; serta meningkatnya *bargaining power* relative perusahaan terhadap jejaring pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi. Dengan kata lain, kepuasan konsumen sangat berpengaruh pada kemajuan dan kelangsungan hidup suatu perusahaan.

### 2.1.18 Metode Pengukuran Kepuasan Tamu

Menurut **Kotler yang dikutip Fandy Tjiptono (2011:315)**, ada beberapa metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen, yakni :

1. Sistem Keluhan Saran

Suatu perusahaan yang berorientasi pada konsumen akan memberikan kesempatan yang luas kepada para konsumennya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran dan lain sebagainya.

Informasi dari para konsumen ini akan memberikan masukan bagi perusahaan agar bereaksi dengan cepat dalam menghadapi masalah yang timbul sehingga perusahaan akan tahu apa yang dikeluhkan oleh konsumen dan akan segera memperbaikinya.

2. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*

Salah satu cara mendapatkan gambaran kepuasan tamu dengan metode ini yaitu dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berpura-pura menjadi konsumen potensial. Sebagai pembeli potensial terhadap produk dari perusahaan dan juga produk dari pesaing. Kemudian mereka akan melaporkan temuan nya mengenai kekuatan dan kelebihan dari perusahaan dan produk pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk tersebut.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan akan menghubungi para konsumennya atau setidaknya mencari tahu konsumennya yang telah berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar dapat memahami penyebab mengapa konsumen tersebut berpindah ke tempat lain. Dengan adanya peningkatan *customer lost rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumennya.

4. Survei Kepuasan Konsumen

Sebagian besar riset kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan metode survey, baik melalui pos, internet, website, e-mail maupun wawancara secara langsung. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan *feedback* dari konsumen serta akan memberikan kesan positif terhadap konsumennya.

## 2.2 Kerangka Berpikir

Kepuasan tamu merupakan salah satu prioritas yang harus diperhatikan oleh penyedia layanan jasa termasuk dalam industri perhotelan. Hal ini menjadi salah satu penentu apakah hotel tersebut dapat dikatakan berkualitas baik dalam hal pelayanan maupun fasilitasnya. Kepuasan tamu juga berkaitan erat dengan pelayanan yang diberikan oleh staff, baik buruknya penilaian tamu tergantung pada seberapa baik kita melayani tamu yang datang. Sebagai sumber uang bagi

hotel, tamu yang datang layak mendapatkan pelayanan yang terbaik sehingga tamu merasa apa yang dia bayar sebanding dengan apa yang diterimanya.

Hal ini tentunya juga menjadi perhatian khusus bagi staff yang bekerja di bagian *front office* dalam hal ini Telepon Operator. Selain bertugas untuk menyambungkan telepon, seorang telepon operator juga bertugas sebagai pemberi informasi bagi tamu. Salah satu syarat yang harus dimiliki agar bisa memberi informasi secara jelas dan tepat tentunya dengan menguasai *product knowledge* dari hotel seperti fasilitas yang ada. Semua fasilitas dan informasi mengenai hotel harus diketahui dengan baik agar saat tamu bertanya sesuatu atau meminta informasi, seorang telepon operator dapat menjawab dengan baik dan tepat. Jika seorang telepon operator tidak bisa menjawab pertanyaan tamu atau memberikan informasi yang benar seputar fasilitas yang ada di hotel, maka tamu akan meragukan kualitas dari hotel dan tentunya hal ini akan berdampak pada baik buruknya penilaian tamu khususnya kepuasan tamu. Kepuasan tamu sangat berpengaruh pada kemajuan suatu hotel. Tamu yang merasa puas akan kembali lagi karena merasa senang dengan pelayanan yang diberikan, namun jika tamu merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan maka tamu akan berpindah ke hotel lain yang dirasa lebih baik, atau bahkan tamu akan menceritakan kepada orang lain tentang kualitas hotel yang buruk dalam hal pelayanan dan secara tidak langsung citra hotel juga menjadi buruk.

Dalam penelitian ini akan diukur sejauh mana pengaruh independen variabel (*product knowledge*) terhadap dependen variabel (kepuasan tamu).

Berdasarkan uraian diatas, maka kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

### **2.3 Hipotesis**

Adapun hipotesis atau jawaban sementara dari penelitian ini yaitu ada pengaruh antara *product knowledge* seorang telepon operator terhadap kepuasan tamu di Hotel Sintesa Peninsula Manado.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif dengan pendekatan Kuantitatif, dimana penelitian ini bermaksud untuk membuat deskripsi dan gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta atau fenomena yang diselidiki.

#### **3.2 Sumber Data**

##### **a) Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data (**Sugiyono, 2012:225**). Penulis mengumpulkan data selama mengikuti kegiatan praktek kerja lapangan di Hotel Sintesa Peninsula Manado selama kurang lebih enam bulan.

##### **b) Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data. Sumber data sekunder ini dapat berupa hasil pengolahan lebih lanjut dari data primer yang disajikan dalam bentuk lain atau dari orang lain (**Sugiyono, 2012:225**). Penulis melengkapi data dengan mengambil referensi dari internet, buku dan lain sebagainya.

#### **3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan saat penulis mengikuti kegiatan praktek kerja lapangan selama kurang lebih enam bulan yang berlokasi di Hotel Sintesa Peninsula Manado.

#### **3.4 Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang menginap di Hotel Sintesa Peninsula Manado sedangkan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan data sampel dengan pertimbangan

tertentu (Sugiyono, 2017:85). Alasan pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan yang peneliti tentukan. Oleh karena itu, peneliti memilih teknik ini dengan menetapkan pertimbangan/kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Peneliti menentukan sampel sebanyak 40 orang yaitu tamu yang melakukan reservasi melalui telepon (*reservation by phone*).

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner. Peneliti menyebarkan kuesioner terhadap 40 tamu yang menginap di Hotel Sintesa Peninsula Manado dan yang melakukan reservasi melalui telepon (*by phone*). Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan model skala likert yang terdiri atas beberapa item dengan empat alternatif jawaban yang bisa dipilih yaitu SS (sangat setuju), S (setuju), KS (kurang setuju), TS (tidak setuju) dan STS (sangat tidak setuju) yang masing-masing jawaban diberi skor/bobot yaitu antara 1-5 dengan beberapa pertanyaan seputar *Product Knowledge* telepon operator dan kepuasan tamu di Hotel.

Tabel 3.1 Skala Likert

Pernyataan	Skor/Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Skala Likert (2019)

### 3.6 Teknik Analisis Data

#### a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh *product knowledge* seorang telepon operator terhadap kepuasan tamu di Hotel Sintesa Peninsula Manado,



peneliti menggunakan analisis regresi linear sederhana yang dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen      a = Konstanta (nilai Y apabila X=0)

X = Variabel independen      b = Koefisien regresi

**b. Uji t**

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variable independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dimana t hitung > t tabel, H<sub>a</sub> diterima dan Ho ditolak dan jika t hitung < t tabel maka Ho diterima dan H<sub>a</sub> ditolak.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Perusahaan**

##### **4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

Sintesa Peninsula Hotel Manado merupakan Hotel Bintang 5 (\*\*\*\*\*) yang berada di bawah PT. Puncak Mustika Bersama, yang tergabung dalam Sintesa Group. Pemilik Hotel Sintesa Peninsula yaitu Bapak Johny Wijaya dan Ibu Martina Wijaya, sekaligus pemilik Sintesa Group. Nama Sintesa di ambil dari nama Sintesa Group, sedangkan Peninsula di ambil dari nama Hotel Menara Peninsula yang ada di Jakarta.

Hotel Sintesa Peninsula berdiri di atas Bukit Gunung Wenang Manado, yang dulunya adalah lokasi rumah sakit Gunung Wenang, yang kemudian di beli oleh Bapak Johny Wijaya dan Ibu Martina Wijaya, sebagai lokasi untuk didirikannya Hotel Sintesa Peninsula. Setelah resmi di beli, barulah Hotel Sintesa Peninsula berdiri, dan di resmikan pada tanggal 31 Desember 2008, yang di resmikan langsung oleh Bapak Presiden Susilo Bambang Yudhoyono.



**Gambar 4.1 Tampak Depan Hotel Sintesa Peninsula Manado**

Sumber : google

Setelah di resmikan, barulah Hotel Sintesa Peninsula di operasikan sampai saat ini. Hotel Sintesa Peninsula terletak di kawasan Jantung kota Manado, yakni di Jalan Jend. Sudirman No. 1 Gunung Wenang Kel. Pinaesaan Kec. Wenang, Kota Manado, Prov. Sulawesi Utara.

#### **4.1.2 Lokasi dan Telepon Perusahaan**

Sintesa Peninsula Hotel Manado berada di jantung Kota Manado yang merupakan pusat perbelanjaan dan bisnis yang bisa ditempuh selama kurang lebih 30 menit dari Bandara Sam Ratulangi Manado.

Lokasi : Jl. Jend. Sudirman, Gunung Wenang, Manado, Sulawesi Utara-95123

Telp : +62 (0) 431 – 855008

Fax : +62 (0) 431 – 855101

Web : [www.sintesahotels.com](http://www.sintesahotels.com)

#### **4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan**

✚ Visi dari Hotel Sintesa Peninsula Manado adalah “ A Hospitality Brand That People Preferred and Trust”.

✚ Misi dari Hotel Sintesa Peninsula Manado adalah :

- *No compromise on product and service quality that we provide.*
- *Maintain cultural diversity in each and every one of our hotels, resorts, and residences.*
- *Constantly being responsible towards the earth.*
- *Recognizing the value of all stakeholders by maintaining comfortable and profitable environment.*

#### **4.1.4 Tujuan dan Sasaran Perusahaan**

- *Provide excellence service through the Hotel Operation*
- *To meet the sales target*
- *To enhance GUEST SERVICE STANDARD by improving and develop employee's skill and knowledge*

- *Leading 5 star Hotel in Manado*

#### 4.1.5 Fasilitas di Hotel Sintesa Peninsula Manado

Hotel Sintesa Peninsula Manado memiliki fasilitas-fasilitas, diantaranya :

##### 1. Room

Sintesa Peninsula Hotel Manado memiliki kamar dengan jumlah 150 kamar. Dengan rincian sebagai berikut :

<b>Tipe Kamar</b>	<b>Jumlah Kamar</b>	<b>Luas Kamar</b>	<b>Location</b>
Superior King Superior Twin	41 65	45 m <sup>2</sup>	3 <sup>rd</sup> - 11 <sup>th</sup> Floor
Studio	8	65 m <sup>2</sup>	3 <sup>rd</sup> - 11 <sup>th</sup> Floor
Corner Suite	26	70 m <sup>2</sup>	3 <sup>rd</sup> - 11 <sup>th</sup> Floor
Deluxe Suite	7	70 m <sup>2</sup>	3 <sup>rd</sup> - 10 <sup>th</sup> Floor
Sintesa Suite	2	115 m <sup>2</sup>	9 <sup>th</sup> - 10 <sup>th</sup> Floor
President Suite	1	150 m <sup>2</sup>	8 <sup>th</sup> Floor
<b>Total</b>	<b>150</b>		

**Tabel 4.1 Tipe dan Jumlah Kamar**

Sumber : HRD Sintesa Peninsula Manado

Fasilitas-fasilitas yang ada di kamar diantaranya adalah :

- Minibar
- Air condition
- Television
- Cattle jug
- Cup, saucer, spoon, tray
- Coffee table
- Memo pad & pencil

- Map folder
- TV channel program list
- Hangers
- Laundry bag
- Balcony
- Armchair
- Telephone
- Slipper
- Writing table, chair & lamp
- Bed side lamp
- Ashtray & matches
- Coffee, tea, sugar, creamer
- Mineral water
- Aqua tag
- DND sign

Fasilitas-fasilitas yang ada di kamar mandi diantaranya adalah :

- Tumbler
- Wash basin
- Body lotion
- Shoes shine
- Toilet bowl
- Mirror
- Vanity counter
- Hair dryer
- Wastebasket
- Amenities box
- Soap disk
- Bath towel, hand towel, face towel
- Towels rack
- Soap, shampoo, bath gel

- Shower box
- Tooth brush
- Shower cap
- Cutton bud
- Sanitary bag
- Sewing kit
- Shaving kit
- Emery board
- Toilet paper & facial tissue
- Bath mat

## 2. Meeting Room

Sintesa Peninsula Hotel memiliki fasilitas meeting room dengan jumlah dan kapasitas yang beragam yang disesuaikan dengan jumlah tamu dan jenis acara yang akan dilaksanakan. Berikut adalah rinciannya :

Type Of Room	Location	Theatre	Round Table	Classroom	U Shape	Board room	Cocktail
Lotus Grand Ballroom (35x28m)	Lobby	1200	550	500	500	450	1500
Lotus 1 (17,5x28 m)	Lobby	600	200	200	200	150	800
Lotus 2 (17,5x28 m)	Lobby	600	200	200	200	150	800
Jasmine (18x12 m)	2 <sup>nd</sup> floor	150	80	50	45	45	300
Alamanda (10x10 m)	2 <sup>nd</sup> floor	100	60	40	35	35	120
Frangipani (15x10 m)	2 <sup>nd</sup> floor	100	70	55	50	50	130
Heliconia (10x8 m)	2 <sup>nd</sup> floor	50	30	25	20	20	65
Tulip (18x7,5 m)	2 <sup>nd</sup> floor	200	100	95	65	65	300
Hibiscus (8,5x5,5 m)	Lobby	20	10	10	10	10	15
Bougainvillea (6,5x4 m)	Lobby	45	20	18	20	20	45

**Tabel 4.2 Meeting Room dan Kapasitasnya**

Sumber : HRD Sintesa Peninsula Hotel

### 3. Restaurant dan Bar

#### ✚ **Gardenia Restaurant and Coffee Shop**

Gardenia coffee shop merupakan restoran di Sintesa Peninsula Hotel Manado yang berada di area lobby hotel. Sebagai tempat untuk menikmati makanan dan minuman baik untuk *breakfast*, *lunch* dan *dinner*. Restoran ini menyediakan hidangan Indonesia dan juga internasional dan buka selama 24 jam dalam seminggu.



**Gambar 4.2 Gardenia Restaurant and Coffee Shop**

Sumber : HRD Sintesa Peninsula Hotel

#### ✚ **Orchid Lounge**

Orchid lounge adalah salah satu fasilitas di Sintesa Peninsula Hotel Manado yang menawarkan berbagai jenis minuman mulai dari minuman beralkohol maupun non alkohol.



**Gambar 4.3 Orchid Lounge**

Sumber : Google

**✚ Panoramic Executive Lounge**

Panoramic Lounge merupakan ruang makan eksekutif dan ruang tunggu eksekutif yang elegan dan terletak di lantai 11. Dengan pemandangan yang menakjubkan menghadap ke kota Manado, ini adalah tempat yang ideal dan eksklusif untuk perjamuan dan untuk menghibur para tamu. Lounge Eksekutif juga tersedia untuk pertemuan formal maupun informal.



**Gambar 4.4 Panoramic Executive Lounge**

Sumber : Google



#### **4. Swimming Pool**

Sintesa Peninsula Hotel Manado memiliki kolam renang yang berada di lantai 1 hotel dengan kedalaman 1,5 meter yang berdekatan dengan Gardenia Restoran. Namun kolam renang ini tidak dibuka untuk umum melainkan hanya bisa digunakan oleh tamu yang menginap maupun member dari *fitness center* atau jika ada promo tertentu.



**Gambar 4.5 Swimming Pool**

Sumber : Google

#### **5. Fitness Center**

Sintesa Peninsula mempunyai fasilitas berupa pusat kebugaran bagi tamu dari dalam maupun luar hotel yang ingin berolahraga. *Fitness center* berada di lantai 1 berdekatan dengan kolam renang dan juga spa. *Fitness center* buka mulai pukul 06.00 - 21.00 setiap hari.



**Gambar 4.6 Fitness Center**

Sumber : Google

## **6. Fuji Spa**

Sintesa Peninsula Hotel juga mempunyai fasilitas spa yang berada di lantai 1 berdekatan dengan *fitness center*. Fuji Spa dibuka mulai pukul 09.00 – 22.00 setiap hari.



**Gambar 4.7 Fuji Spa**

Sumber : Google

## 7. Fasilitas Lain

- Large parking area
- Elevator
- Safety deposit box
- Wifi in public area
- 24 hours receptionist
- Laundry service
- Luggage storage
- Business center
- Airport transfer (surcharge)
- Smoking area

### 4.1.6 Struktur Organisasi Perusahaan



**Gambar 4.8 Struktur Organisasi Sintesa Peninsula Hotel Manado**

Sumber : HRD Hotel Sintesa Peninsula

## 4.2 Hasil

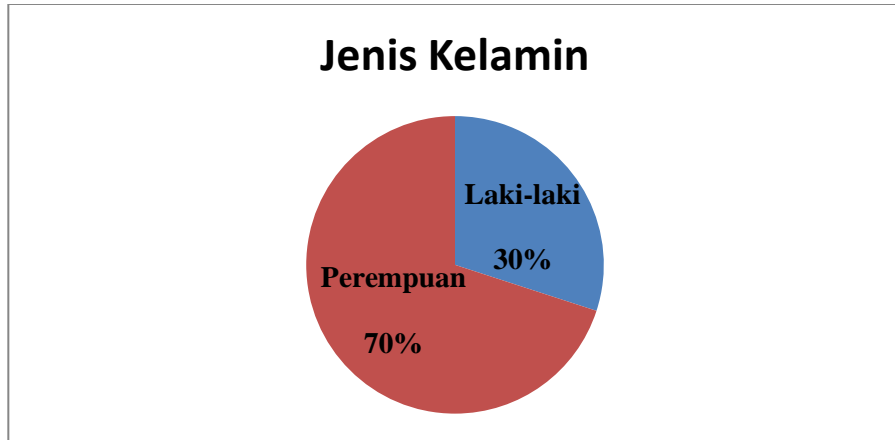
### 4.2.1 Profil Umum Tentang Responden

Berikut merupakan profil dari responden yang mengisi kuesioner tentang Pengaruh *Product Knowledge* Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Sintesa Peninsula Manado :

Tabel 4.3 Profil Responden

No.	Subjek	Kategori	Frekuensi
1.	Jenis Kelamin	Laki-Laki	12
		Perempuan	28
		<b>Total</b>	<b>40</b>
2.	Pekerjaan	PNS/TNI/POLRI	3
		Swasta	21
		Wirausaha	6
		Ibu Rumah Tangga	9
		Mahasiswa	1
		<b>Total</b>	<b>40</b>
3.	Usia	17-25 Tahun	5
		26-35 Tahun	9
		36-45 Tahun	23
		>55 Tahun	3
		<b>Total</b>	<b>40</b>

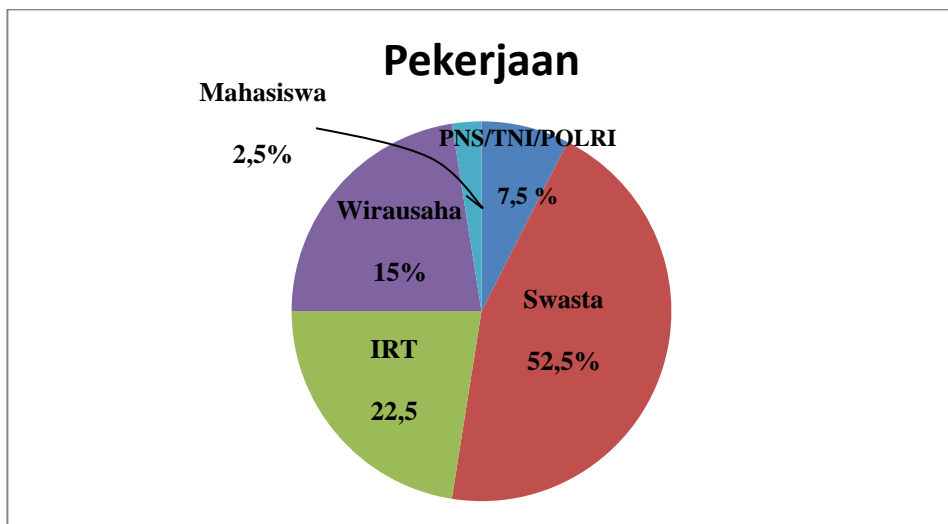
Sumber : Data Pengolahan Kuesioner Peneliti (2019:33)



Gambar 4.9 Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : Pengolahan Data peneliti (2019:34)

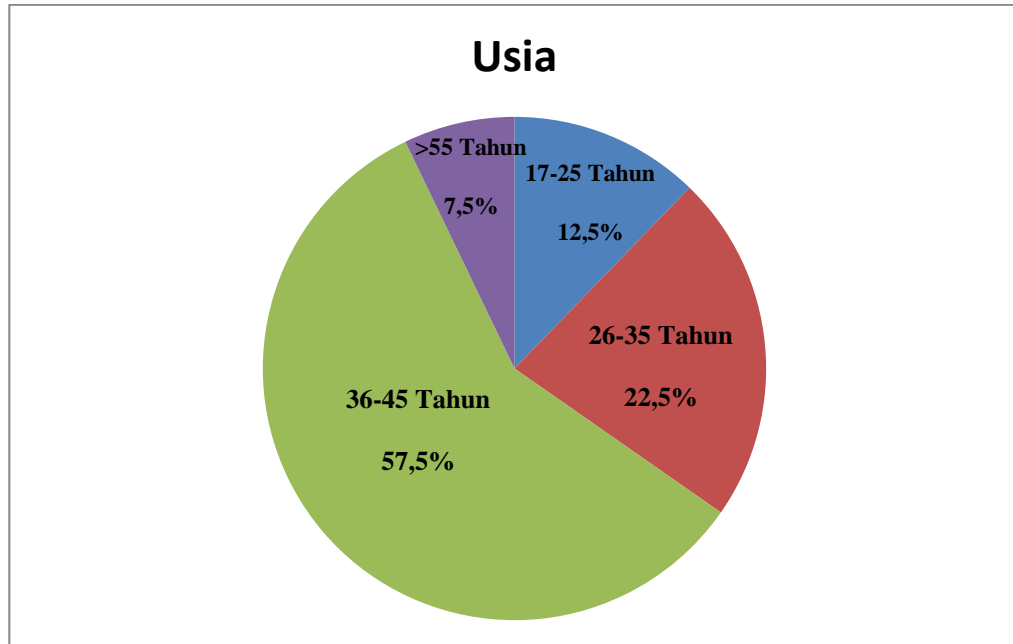
Berdasarkan gambar diatas, bisa dilihat bahwa persentase untuk responden berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki berjumlah 30% dan perempuan berjumlah 70%.



Gambar 4.10 Pie Responden Berdasarkan Pekerjaan

Sumber : Pengolahan Data Peneliti (2019:34)

Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui bahwa persentase dari data responden berdasarkan pekerjaan yaitu Wirausaha sebanyak 15%, Swasta 52,5%, PNS/TNI/POLRI 7,5%, Ibu rumah tangga 22,5% dan Mahasiwa 2,5%. Hal ini menunjukkan yang paling banyak dari gambar pie responden berdasarkan pekerjaan adalah Swasta sedangkan yang paling sedikit adalah Mahasiswa.



Gambar 4.11 Pie Responden Berdasarkan Usia  
Sumber : Pengolahan Data Peneliti (2019:35)

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa persentase dari data responden berdasarkan usia yaitu 17-25 tahun sebanyak 12,5%, 26-35 tahun sebanyak 22,5%, 36-45 tahun sebanyak 57,5% dan >55 tahun sebanyak 7,5%. Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan persentase usia terbanyak adalah pada usia 36-45 tahun yaitu 57,5%.

#### 4.2.2 Penyajian Data Statistik Deskriptif

Tabel 4.4 Data Statistik Deskriptif

No. Responden	Total X	Total Y
1.	19	17
2.	19	16
3.	22	16
4.	19	17
5.	21	18
6.	19	15
7.	20	18
8.	28	22
9.	22	19
10.	21	15
11.	19	16
12.	22	19
13.	23	18
14.	24	19
15.	26	19
16.	20	19
17.	23	19
18.	23	21
19.	17	18
20.	17	17
21.	19	16
22.	20	19
23.	28	18
24.	22	19
25.	21	19
26.	19	19

27.	19	19
28.	22	21
29.	19	18
30.	21	17
31.	20	17
32.	23	16
33.	23	16
34.	17	17
35.	17	18
36.	19	15
37.	22	18
38.	23	22
39.	24	19
40.	26	15

Sumber : Pengolahan Data Peneliti (2019:37)

Tabel diatas merupakan hasil pengolahan data statistik deskriptif yang merupakan tabulasi dari jawaban kuesioner yang dibagikan kepada responden yaitu jumlah dari masing-masing variabel X (*product knowledge*) dan variabel Y (kepuasan tamu).



### 4.2.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan suatu angket/kuesioner dalam mengumpulkan data. Uji validitas dilakukan dengan rumus korelasi bivariate pearson dengan alat bantu program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 23. Item angket/kuesioner dalam uji validitas ini dapat dikatakan valid jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada nilai signifikansi 5% dan begitu pula sebaliknya, item dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  pada nilai signifikansi 5%. Adapun hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Data X (*Product Knowledge*)

		x1	x2	x3	x4	x5	x6	total_x
x1	Pearson Correlation	1	.285	.560**	.218	.204	.337*	.716**
	Sig. (2-tailed)		.075	.000	.177	.206	.033	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x2	Pearson Correlation	.285	1	.198	.503**	.293	.049	.644**
	Sig. (2-tailed)	.075		.220	.001	.066	.766	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x3	Pearson Correlation	.560**	.198	1	.076	.382*	.016	.593**
	Sig. (2-tailed)	.000	.220		.642	.015	.924	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x4	Pearson Correlation	.218	.503**	.076	1	.064	.223	.621**
	Sig. (2-tailed)	.177	.001	.642		.695	.167	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x5	Pearson Correlation	.204	.293	.382*	.064	1	-.215	.436**
	Sig. (2-tailed)	.206	.066	.015	.695		.184	.005
	N	40	40	40	40	40	40	40
x6	Pearson Correlation	.337*	.049	.016	.223	-.215	1	.488**
	Sig. (2-tailed)	.033	.766	.924	.167	.184		.001
	N	40	40	40	40	40	40	40
total_x	Pearson Correlation	.716**	.644**	.593**	.621**	.436**	.488**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.005	.001	
	N	40	40	40	40	40	40	40

Sumber : Hasil Program SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa semua item yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Untuk rincian nya, akan diuraikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel X (Product Knowledge)

Subjek	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel 5% (40)</sub>	Keterangan
X1.	0,716	0,312	Valid
X2.	0,644	0,312	Valid
X3.	0,593	0,312	Valid
X4.	0,621	0,312	Valid
X5.	0,436	0,312	Valid
X6.	0,488	0,312	Valid

Sumber : Pengolahan Data Peneliti (2019:39)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat disimpulkan bahwa semua item yang digunakan dalam angket/kuesioner adalah valid, sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Data Y (Kepuasan Tamu)

**Correlations**

		y1	y2	y3	y4	y5	total_y
y1	Pearson Correlation	1	.190	-.012	.035	-.283	.339*
	Sig. (2-tailed)		.239	.942	.831	.076	.032
	N	40	40	40	40	40	40
y2	Pearson Correlation	.190	1	.408**	.319*	.004	.762**
	Sig. (2-tailed)	.239		.009	.045	.981	.000
	N	40	40	40	40	40	40
y3	Pearson Correlation	-.012	.408**	1	.075	.189	.637**
	Sig. (2-tailed)	.942	.009		.647	.243	.000
	N	40	40	40	40	40	40
y4	Pearson Correlation	.035	.319*	.075	1	-.087	.444**
	Sig. (2-tailed)	.831	.045	.647		.594	.004
	N	40	40	40	40	40	40
y5	Pearson Correlation	-.283	.004	.189	-.087	1	.386*
	Sig. (2-tailed)	.076	.981	.243	.594		.014
	N	40	40	40	40	40	40
total_y	Pearson Correlation	.339*	.762**	.637**	.444**	.386*	1
	Sig. (2-tailed)	.032	.000	.000	.004	.014	
	N	40	40	40	40	40	40

Sumber : Hasil Program SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa semua item yang digunakan dalam angket/kuesioner ini adalah valid karena nilai  $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$ . untuk rinciannya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Tamu)

<b>Subjek</b>	<b><math>r_{hitung}</math></b>	<b><math>r_{tabel} 5\% (40)</math></b>	<b>Keterangan</b>
Y1.	0,339	0,312	Valid
Y2.	0,762	0,312	Valid
Y3.	0,637	0,312	Valid
Y4.	0,444	0,312	Valid
Y5.	0,386	0,312	Valid

Sumber : Pengolahan Data Peneliti (2019:40)

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi angket/kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *alpha*. Uji signifikan dilakukan pada taraf 0,05. Instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai *alpha*  $> r_{tabel}$  (0,312).

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Data X (*Product Knowledge*)

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.725	7

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	38.70	26.267	.651	.682
x2	38.95	26.203	.554	.687
x3	38.65	26.490	.491	.695
x4	39.00	25.744	.510	.687
x5	38.75	27.987	.320	.719
x6	39.15	26.387	.324	.716
total_x	21.20	7.754	1.000	.581

Sumber : Hasil Program SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa semua item dalam angket/kuesioner adalah reliabel atau konsisten. Karena nilai  $alpha > \text{nilai } r_{\text{tabel}}$  ( $.725 > .312$ ). Sehingga berdasarkan hasil tersebut, angket/kuesioner ini layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Data Y (Kepuasan Tamu)

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.672	6

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	32.2500	11.885	.159	.693
y2	32.3500	9.259	.638	.563
y3	31.7000	10.574	.514	.617
y4	32.5500	11.638	.311	.664
y5	32.2500	11.474	.172	.696
total_y	17.9000	3.272	1.000	.302

Sumber : Hasil Program SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa semua item dalam angket/kuesioner adalah reliabel atau konsisten. Karena nilai  $alpha > r_{tabel}$  ( $672 > 312$ ). Sehingga berdasarkan hasil tersebut, angket/kuesioner ini layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

### 4.3 Analisis Data

Analisis data yang akan digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dimana regresi linear sederhana berlaku untuk menguji hubungan antara dua variabel yaitu variabel X (*product knowledge*) dan variabel Y (kepuasan tamu).

Analisis regresi dilakukan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan juga untuk memprediksi variabel terikat menggunakan variabel bebas. Menurut Nawari (2010), analisis regresi merupakan metode sederhana untuk melakukan investigasi tentang hubungan fungsional di antara beberapa variabel. Hubungan antara beberapa variabel tersebut diwujudkan dalam suatu model matematis. Model regresi, variabel sendiri dibedakan menjadi 2 bagian yaitu variabel respons (*response*) atau biasa disebut variabel bergantung (*dependent variable*) serta variabel *explonary* atau biasa disebut variabel penduga (*predictor variable*) atau disebut juga dengan variabel bebas (*independent variable*).

Dalam analisis regresi akan dihitung menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) dimana turut menjelaskan koefisien korelasi variabel, nilai signifikan variabel dan koefisien determinasi.

#### 4.3.1 Regresi Sederhana X Terhadap Y

Untuk mengukur hubungan antara variabel X (*product knowledge*) terhadap variabel Y (kepuasan tamu) menggunakan program SPSS yang rincian hasilnya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11 Variable entered/remove/regresi sederhana X terhadap Y

<b>Variables Entered/Removed<sup>a</sup></b>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Product <sup>b</sup>	.	Enter

Sumber : Hasil Program SPSS

Tabel 4.11 diatas menjelaskan tentang variabel yang dimasukan serta metode yang digunakan. Dalam hal ini variabel yang dimasukan adalah variabel *product knowledge* sebagai variabel *independent* dan kepuasan tamu sebagai variabel *dependent* dan metode yang digunakan adalah metode enter.

Tabel 4.12 Model Summary Regresi Sederhana X dan Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.666 <sup>a</sup>	.443	.429	1.367

Sumber : Hasil Program SPSS

Tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan (r) yaitu sebesar 0,666. Dari hasil tersebut diperoleh koefisien determinasi (r square) sebesar 0,443 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (*product knowledge*) terhadap variabel terikat (kepuasan tamu) adalah sebesar 44,3%.

Tabel 4.13 Coefficients/Regresi Sederhana X Terhadap Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.730	1.681		5.195	.000
	Product	.433	.079	.666	5.502	.000

Sumber : Hasil Program SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *constant* (a) sebesar 8,730 sedangkan nilai *product knowledge* (b/koefisien regresi) sebesar 0,433 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 8,730 + 0,433X$$

Persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Konstanta sebesar 8,730 mengandung pengertian bahwa nilai konsisten variabel kepuasan tamu adalah sebesar 8,730
- Koefisien regresi X sebesar 0,433 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai *product knowledge* maka nilai kepuasan tamu bertambah sebesar 0,433. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.

Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel *coefficients* diatas, diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *product knowledge* (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan tamu (Y).

Sedangkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $5,502 > t_{tabel} 2,024$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *product knowledge* (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan tamu (Y).

#### 4.4 Pengujian Hipotesis

Berdasarkan uji regresi yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh signifikan antara *Product Knowledge* Telepon Operator terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Sintesa Peninsula Manado. Nilai koefisien korelasi antara *Product Knowledge* Telepon Operator terhadap Kepuasan Tamu adalah sebesar 0,433 dan ini menunjukkan pengaruh yang signifikan antara *Product Knowledge* Telepon Operator terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Sintesa Peninsula Manado.

Sedangkan tingkat signifikansi koefisien korelasi adalah sebesar 0,000 dan angka ini berada di bawah angka yang dipakai sebagai probabilitas penelitian ini yaitu sebesar 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka bisa ditarik kesimpulan bahwa pengaruh antara



*Product Knowledge* Telepon Operator terhadap kepuasan tamu di Hotel Sintesa Peninsula Manado adalah signifikan.

Persamaan regresinya adalah  $Y = 8,730a + 0,433b$ , konstanta sebesar 8,730 menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari variabel *Product Knowledge* Telepon Operator (X), maka nilai Kepuasan Tamu (Y) adalah 8,730. Koefisien regresi sebesar 0,433 menyatakan bahwa setiap penambahan satu skor atau nilai *product knowledge* akan memberikan peningkatan skor sebesar 0,433.

Uji t dilakukan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel *dependent* (kepuasan tamu). Kriteria uji koefisien regresi dan variabel *Product Knowledge* telepon operator terhadap kepuasan tamu adalah sebagai berikut :

Hipotesis dalam bentuk kalimat :

- $H_a$  : *Product Knowledge* Telepon Operator berpengaruh terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Sintesa Peninsula Manado.
- $H_o$  : *Product Knowledge* Telepon Operator tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Sintesa Peninsula Manado.

Dasar pengambilan keputusan yaitu dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$ , dengan rincian sebagai berikut :

- Jika nilai  $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$  maka  $H_o$  ditolak, artinya koefisien regresi signifikan.
- Jika nilai  $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak, artinya koefisien regresi tidak signifikan.

Nilai  $t_{hitung}$  diambil dari tabel *coefficients* hasil uji regresi sederhana antara X dan Y yaitu sebesar 5,502.

$$\begin{aligned}\text{Nilai } t_{\text{tabel}} &= (a/2 ; n-k-1) \\ &= (0,05/2 ; 40-1-1) \\ &= (0,025 ; 38) \\ &= 2,024\end{aligned}$$

**Keputusan :**

Karena nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  ( $5,502 > 2,024$ ) maka  $H_0$  ditolak, dengan ditolaknya  $H_0$  berarti *Product Knowledge* Telepon Operator berpengaruh terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Sintesa Peninsula Manado.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh antara *Product Knowledge* Telepon Operator terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Sintesa Peninsula Manado, yang dinyatakan dengan koefisien regresi sebesar 0,433 dan koefisien korelasi sebesar 0,000. Angka ini berada di bawah angka yang dipakai sebagai probabilitas penelitian ini yaitu sebesar 0,05. Koefisien determinasi menyatakan *Product Knowledge* Telepon Operator berpengaruh sebesar 44,3% terhadap Kepuasan Tamu. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya bagi seorang telepon operator untuk menjalankan tugas sesuai dengan standar yang berlaku dalam hal ini penguasaan akan *Product Knowledge* juga dalam melayani tamu karena kepuasan tamu merupakan prioritas utama dalam industri jasa khususnya di bidang perhotelan.
2. Kepuasan tamu merupakan perasaan senang atau kecewa dari konsumen setelah membandingkan antara harapan dengan hasil/kinerja dari suatu produk/jasa. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan tamu diantaranya adalah kualitas dari suatu produk/jasa, pelayanan yang diberikan, harga dan biaya. Jika tamu merasa puas maka pelayanan yang kita berikan atau produk yang kita tawarkan dapat dikatakan berkualitas.

#### **5.2 Saran**

Saran yang dapat diberikan antara lain sebagai berikut :

1. Perlu adanya pelatihan/*training* secara berkala bagi staff yang ada di *front office* departemen khususnya bagian telepon operator agar dalam menjalankan

tugas bisa lebih profesional dan sesuai dengan standar yang berlaku dalam hal ini penguasaan akan *product knowledge* dari hotel juga dalam memberikan informasi kepada tamu mengingat hal ini merupakan kewajiban yang harus dilakukan dengan maksud untuk memberikan pelayanan yang baik kepada tamu agar tamu merasa puas dan nyaman selama menginap di hotel.

2. Pihak hotel harus memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan secara terus menerus karena citra suatu hotel tergantung dari pelayanan yang diberikan oleh hotel itu sendiri. Jika suatu hotel memiliki kualitas pelayanan yang baik maka hal tersebut akan berdampak pada kemajuan hotel. Tamu yang merasa puas akan layanan yang diberikan oleh hotel pasti akan datang kembali, namun sebaliknya jika tamu merasa tidak puas maka besar kemungkinan tamu akan berpindah ke hotel lain. Jadi kepuasan tamu merupakan hal yang sangat berpengaruh pada kemajuan suatu hotel.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Muhammad. 2016. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengunjung Wisata Kampung Kidz Kota Batu)”*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Apriyani A, Dwi. 2017. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen”*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 51, No.2, diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/189804-ID-none.pdf>
- Darsono, Agustinus. 2011. *Front Office Hotel*. Jakarta : PT Grasindo.
- Komar, Richard. 2014. *Hotel Management (Manajemen Perhotelan)*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13*. Jakarta : Erlangga.
- Manuarang Romario, Mawardi Mukhammad. 2018. *“Pengaruh Product Knowledge Terhadap Purchase Intention”*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.55, No. 3, hal 43, diakses pada 01 Juni 2019 dari [Administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id](http://Administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id)
- Sambodo, Agus dan Bagyono. 2006. *Dasar-Dasar Kantor Depan Hotel*. Yogyakarta : ANDI.
- Sugiyono, P, D. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta
- Sunarto dan Riduwan. 2010. *Pengantar Statistik*. Jakarta : Alfabeta
- Sunyoto, D. 2012. *Analisis Regresi dan Uji Coba Hipotesis*. Yogyakarta : Media Pressindo.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service Quality & Satisfaction Edisi Ketiga*. Yogyakarta : Andi Offset.



**KEMENTRIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**  
**POLITEKNIK NEGERI MANADO**  
**JURUSAN PARIWISATA**

Kampus Politeknik, Jl. Raya Politeknik Ds.Buha, Manado PO BOX 1256

---

Kepada Yang Terhormat

Bapak/Ibu/Sdr-i

**Tamu Hotel Sintesa Peninsula Manado**

Di – Tempat

**Perihal : Pengisian Kuesioner**

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan Skripsi, saya selaku Mahasiswa Program Studi Manajemen Perhotelan D-IV Politeknik Negeri Manado perlu mengadakan suatu penelitian tentang tanggapan anda mengenai pengaruh product knowledge Telepon Operator terhadap kepuasan tamu di Hotel Sintesa Peninsula Manado, dan dengan tidak mengganggu pekerjaan/waktu anda, kami meminta kesediaan anda untuk berpartisipasi dalam pengisian Kuesioner yang saya edarkan ini.

Petunjuk Pengisian Kuesioner :

1. Mohon Bapak/Ibu/Sdr-I untuk menjawab pertanyaan/ Pernyataan ini dengan sebenar-benarnya.
2. Berikan tanggapan anda terhadap pertanyaan/ pernyataan yang tersedia dengan mengisi tanda (X) pada salah satu dari 4 alternatif pilihan (S,KS,TS,STS)
3. Ada 4 alternatif pilihan yaitu :
  - S : untuk kategori jawaban Setuju (skor 4)
  - KS : untuk kategori jawaban Kurang Setuju (skor 3)
  - TS : untuk kategori jawaban Tidak Setuju (skor 2 )
  - STS : untuk kategori jawaban Sangat Tidak Setuju (skor 1)
4. Mohon mengisi karakteristik responden (data diri anda tanpa menuliskan nama)
  - a. Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan
  - b. Umur : ..... Tahun
  - c. Pekerjaan :  PNS/TNI/POLRI  Swasta  Wirausaha   
IRT  Mahasiswa  Petani  DLL

## KUESIONER ISIAN

No.	Pernyataan-Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		S	KS	TS	STS
<b>PRODUCT KNOWLEDGE</b>					
1.	Telepon operator mengangkat panggilan telepon sebelum dering ke-3				
2.	Telepon operator mengucapkan salam secara hangat dan ramah				
3.	Telepon operator berbicara dengan suara yang jelas, ramah dan sopan				
4.	Telepon operator menawarkan bantuan dengan lugas dan tulus				
5.	Telepon operator menjawab pertanyaan anda dengan baik dan jelas				
6.	Telepon operator tidak membuat anda menunggu terlalu lama saat anda meminta bantuan atau bertanya sesuatu				
7.	Telepon operator menjawab dengan nada suara yang tidak tinggi				
8.	Telepon operator mengetahui tentang semua fasilitas hotel yang ada				
9.	Telepon operator memberikan feedback yang baik atas permintaan/keluhan anda				
10.	Telepon operator memberikan informasi yang jelas atas pertanyaan yang anda ajukan				
11.	Telepon operator mengucapkan salam perpisahan sebelum menutup panggilan				
<b>KEPUASAN TAMU</b>					
12.	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan				
13.	Fasilitas yang diterima sesuai dengan pembayaran				
14.	Para staff melayani dengan ramah dan sopan				
15.	Anda merasa nyaman selama menginap di Hotel				
16.	Kebersihan dan Kenyamanan di Hotel sangat baik				
17.	Keluhan/ <i>complaint</i> anda ditangani dengan cepat				
18.	Para staff tidak segan menawarkan bantuan lebih dulu bahkan sebelum anda meminta				
19.	Anda tidak dibuat menunggu terlalu lama saat meminta bantuan/menginginkan sesuatu				
20.	Anda merasa puas dengan pelayanan yang diberikan				

Atas waktu dan kesediaan dari Bapak/ibu/Sdr-i, diucapkan terima kasih.

No. Reponden	Product Knowledge (X)						Total X
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	
1.	3	3	3	4	4	2	19
2.	4	3	4	2	4	2	19
3.	3	4	4	3	5	3	22
4.	3	4	3	3	4	2	19
5.	4	3	4	3	4	3	21
6.	3	4	4	3	3	2	19
7.	4	3	3	4	3	3	20
8.	5	5	5	5	5	3	28
9.	4	4	4	3	3	4	22
10.	4	4	3	4	2	4	21
11.	3	3	4	4	3	2	19
12.	3	4	3	4	3	5	22
13.	4	4	4	4	4	3	23
14.	5	4	4	3	4	4	24
15.	4	4	4	5	4	4	26
16.	4	2	5	2	3	4	20
17.	4	3	5	4	4	3	23
18.	4	3	4	3	4	5	23
19.	3	2	2	3	3	4	17
20.	3	3	3	2	4	2	17
21.	3	3	4	4	3	2	19
22.	3	4	3	4	3	5	22
23.	4	4	4	4	4	3	23
24.	5	4	4	3	4	4	24
25.	4	4	4	5	4	4	26
26.	4	2	5	2	3	4	20
27.	4	3	5	4	4	3	23
28.	4	3	4	3	4	5	23
29.	3	2	2	3	3	4	17
30.	3	3	3	2	4	2	17
31.	3	3	3	4	4	2	19
32.	4	3	4	2	4	2	19
33.	3	4	4	3	5	3	22
34.	3	4	3	3	4	2	19
35.	4	3	4	3	4	3	21
36.	3	4	4	3	3	2	19
37.	4	3	3	4	3	3	20
38.	5	5	5	5	5	3	28
39.	4	4	4	3	3	4	22
40.	4	4	3	4	2	4	21



No. Reponden	Kepuasan Tamu (Y)					Total Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1.	4	3	4	3	3	17
2.	4	4	3	3	2	16
3.	3	2	4	2	5	16
4.	3	3	5	3	3	17
5.	3	4	4	3	4	18
6.	4	2	3	3	3	15
7.	2	4	4	4	4	18
8.	5	5	5	4	3	22
9.	4	3	5	4	3	19
10.	3	3	4	3	2	15
11.	3	3	4	3	3	16
12.	3	3	4	4	5	19
13.	4	3	4	3	4	18
14.	4	4	4	3	4	19
15.	4	4	4	3	4	19
16.	3	4	5	3	4	19
17.	3	4	4	4	4	19
18.	4	5	5	3	4	21
19.	4	3	4	3	4	18
20.	4	3	3	4	3	17
21.	3	3	4	3	3	16
22.	3	3	4	4	5	19
23.	4	3	4	3	4	18
24.	4	4	4	3	4	19
25.	4	4	4	3	4	19
26.	3	4	5	3	4	19
27.	3	4	4	4	4	19
28.	4	5	5	3	4	21
29.	4	3	4	3	4	18
30.	4	3	3	4	3	17
31.	4	3	4	3	3	17
32.	4	4	3	3	2	16
33.	3	2	4	2	5	16
34.	3	3	5	3	3	17
35.	3	4	4	3	4	18
36.	4	2	3	3	3	15
37.	2	4	4	4	4	18
38.	5	5	5	4	3	22
39.	4	3	5	4	3	19
40.	3	3	4	3	2	15

**Hasil Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Data X (Product Knowledge)**

<b>Subjek</b>	<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>%</b>
<b>X1</b>	Sangat Setuju (SS)	4	10%
	Setuju (S)	20	50%
	Kurang Setuju (KS)	16	40%
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>100%</b>
<b>X2</b>	Sangat Setuju (SS)	2	5%
	Setuju (S)	18	45%
	Kurang Setuju (KS)	16	40%
	Tidak Setuju (TS)	4	10%
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>100%</b>
<b>X3</b>	Sangat Setuju (SS)	6	15%
	Setuju (S)	20	50%
	Kurang Setuju (KS)	12	30%
	Tidak Setuju (TS)	2	5%
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>100%</b>
<b>X4</b>	Sangat Setuju (SS)	4	10%
	Setuju (S)	14	35%
	Kurang Setuju (KS)	16	40%
	Tidak Setuju (TS)	6	15%
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>100%</b>
<b>X5</b>	Sangat Setuju (SS)	4	10%
	Setuju (S)	20	50%
	Kurang Setuju (KS)	14	35%
	Tidak Setuju (TS)	2	5%
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>100%</b>
<b>X6</b>	Sangat Setuju (SS)	6	15%
	Setuju (S)	10	25%
	Kurang Setuju (KS)	12	30%
	Tidak Setuju (TS)	12	30%
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>100%</b>

**Hasil Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Data Y (Kepuasan Tamu)**

<b>Subjek</b>	<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>%</b>
<b>Y1</b>	Sangat Setuju (SS)	2	5%
	Setuju (S)	20	50%
	Kurang Setuju (KS)	16	40%
	Tidak Setuju (TS)	2	5%
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>100%</b>
<b>Y2</b>	Sangat Setuju (SS)	4	10%
	Setuju (S)	14	35%
	Kurang Setuju (KS)	18	45%
	Tidak Setuju (TS)	4	10%
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>100%</b>
<b>Y3</b>	Sangat Setuju (SS)	10	25%
	Setuju (S)	24	60%
	Kurang Setuju (KS)	6	15%
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>100%</b>
<b>Y4</b>	Setuju (S)	12	30%
	Kurang Setuju (KS)	26	65%
	Tidak Setuju (TS)	2	5%
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>100%</b>
<b>Y5</b>	Sangat Setuju (SS)	4	10%
	Setuju (S)	18	45%
	Kurang Setuju (KS)	14	35%
	Tidak Setuju (TS)	4	10%
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>100%</b>