

**PERSEPSI TAMU TENTANG PELAYANAN RESEPSIONIS DI PREMIER  
BASKO HOTEL PADANG**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sains  
Terapan di Program Studi Manajemen Perhotelan  
Jurusan Kesejahteraan Keluarga*



**OLEH :  
MUTIA HERLIAN NURSAL  
NIM: 99128/09**

**PRGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN  
JURUSAN KESEJAHTERAAN KELUARGA  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2014**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

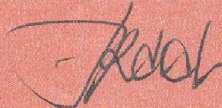
**PERSEPSI TAMU TENTANG PELAYANAN RESEPSIONIS DI PREMIER  
BASKO HOTEL PADANG**

Nama : Mutia Herlian Nursal  
NIM/BP : 99128 / 2009  
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan  
Jurusan : Kesejahteraan Keluarga  
Fakultas : Teknik

Padang, Februari 2014

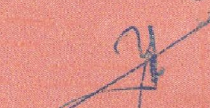
Disetujui Oleh :

Pembimbing I



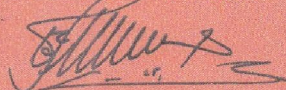
Dra. Ira Meirina, M.Pd  
NIP. 196205 198803 2 001

Pembimbing II



Dr. Yuliana, SP, M.Si  
NIP. 19700727 199703 2 003

Mengetahui,  
Ketua Jurusan KK FT UNP



Dra. Ernawati, M.Pd  
NIP. 19610618 198903 2 002

## HALAMAN PENGESAHAN

**Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Kesejahteraan Keluarga Bidang Keahlian Manajemen Perhotelan  
Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang**

**Judul : Persepsi Tamu tentang Pelayanan Resepsionis di Premier  
Basko Hotel Padang**  
**Nama : Mutia Herlian Nursal**  
**NIM/BP : 99128/2009**  
**Program Studi : Manajemen Perhotelan**  
**Konsentrasi : D4 Manajemen Perhotelan**  
**Jurusan : Kesejahteraan Keluarga**  
**Fakultas : Teknik**

Padang, Februari 2014

### Tim Penguji

|               | Nama                                | Tanda Tangan |
|---------------|-------------------------------------|--------------|
| 1. Ketua      | : Dra. Ira Meirina, M.Pd.           | 1. (.....)   |
| 2. Sekretaris | : Dr. Yuliana, SP, M.Si             | 2. (.....)   |
| 3. Anggota    | : Dra. Silfeni, M.Pd                | 3. (.....)   |
| 4. Anggota    | : Dra. Wirnelis Syarif, M.Pd        | 4. (.....)   |
| 5. Anggota    | : Y <del>ou</del> mil Abrian, SE,MM | 5. (.....)   |



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
FAKULTAS TEKNIK

JURUSAN KESEJAHTERAAN KELUARGA

Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25171  
Telp. (0751)7051186 FT: (0751) 7055644, 445118 Fax 7055644  
E-mail : kkft\_unp@yahoo.co.id



Certified  
Management  
System  
DIN EN ISO 9001:2000  
Cert.No. 01.100 086042

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mutia Helian Nursal  
NIM/BP : 99128 / 2009  
Program Studi : Manajemen Perhotelan  
Jurusan : Kesejahteraan Keluarga  
Konsentrasi : D4 Manajemen Perhotelan  
Fakultas : Teknik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi saya dengan judul:

“Persepsi Tamu Tentang Pelayanan Resepsionis di Premier Basko Hotel Padang”.

Adalah benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di institusi UNP maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,  
Ketua Jurusan KK FT UNP

Dra. Ernawati, M.Pd  
NIP. 19610618 198903 2 002

Saya yang menyatakan,



Mutia Helian Nursal  
NIM/BP. 99128/2009

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.  
Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan),  
kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.*

*(Q.S. Alam – Nasyrak: 6 - 7)*

*Suatu perjalanan telah kulewati, sepenggal waktu telah kulalui,  
Hingga kini ku sampai pada gerbang cita-cita, sejuta asa telah kulewati untuk  
memenuhi garis takdir ini hingga mimpi jadi nyata....*

*Terimakasih ya Allah...*

*Kau beri kesempatan tuk membahagiakan orang-orang yang  
menyayangi dan mengasihiku.*

*Namun esok dan lusa aku masih mengharap ridho Mu ya  
Allah....*

*Kini mutiara karya itu telah dalam pangkuanku dan kupersembahkan mutiara  
karya ini untuk kedua orang ku Yang telah membesarkanku dengan penuh  
do'a & Cinta dan kasihnya yang selalu mengisi helaian nafasku. Untuk  
keluarga besar paetek Usman, tante Delon, tante Yesi, om Arman, om  
Mendora, Ibu Hj. Darlis dan keluarga besar H. Nurman Dt. Nego di  
Payakumbuh. Terima kasih semua keluarga ku yang telah memberiku  
perhatian, semangat dan motivasi untuk menyelesaikan kuliah sampai aku  
sarjana.*

*Buat Adik-adikku yang tersayang Aditya alfadjri, M. Pangeran Fhati, S.  
M. Arsyat, S. M. Fharid, Hafuzza Ficho Saverio dan S. M. Azim, yang telah  
mampu memberikan ribuan semangat tanpa batas dan tak henti hentinya*

*mendorong dan memberikan aku sandaran disaat aku jatuh dan adek ku slalu mengatakan aku pasti bisa jalani semua ini dan menjadi yang terbaik.*

*Terus buat keluarga Radian Sitompul Group yang telah memberiku perhatian, semangat dan motivasi untuk menyelesaikan kuliah sampai aku sarjana. dan Tya telah dianggap keluarga sendiri terima kasih banyak atas semua, semoga tali silaturahmi sekeluarga tidak putus. Amin...*

*Buat Kak Dian S.Pd, Kak Fara S.S Kak Marwah Lubis S.Pd, Kak Dewi, kak Anggi S.Pd., Kak Bolank S.Pd, Kak Suci S.Pd, Kak Sri S.Pd, Yang telah membantu tya dan mendukung tya dalam menyelasain tugas skripsi tya.*

*Terima kasih buat rekan-rekan Manajemen Perhotelan 2009 dan semua pihak yang telah membantu selama ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang selalu memberi semangat, waktu dan doamu sangat berarti untukku. Terimakasih atas kenangan indah selama ini....*

*08 Maret 2014*

*By Thia Soekamty*

**ABSTRAK**

**Mutia Herlian Nursal, 2014 :Persepsi Tamu tentang Pelayanan Resepsionis di Premier Basko Hotel Padang**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh beberapa hal antara lain karyawan resepsionis kurang sopan dan ramah dalam melayani tamu, resepsionis kurang jujur dan kurang memiliki sikap selalu siap menolong dalam melayani tamu, resepsionis kurang memiliki kemampuan berkomunikasi secara efektif saat melayani tamu, resepsionis kurang memahami *job description*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan persepsi tamu tentang pelayanan resepsionis di Premier Basko Hotel Padang di tinjau dari lima indikator pelayanan yaitu: *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti fisik).

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang menginap di Premier Basko Hotel Padang. Berjumlah 1704 orang. Jumlah sampel dalam penelitian ini 94 orang, dengan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan sampel insidental. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket) dengan skala Likert yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Selanjutnya data dianalisis melalui analisis deskripsi dengan bantuan Program SPSS versi 16.00.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data bahwa persepsi tamu tentang pelayanan resepsionis di Premier Basko Hotel Padang menunjukkan penilaian tamu secara keseluruhan tergolong cukup baik dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 71,45 yang berada pada rentangan skor 71-86, Pada indikator *reliability* (kehandalan) berada pada kategori cukup baik dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 15,40 yang berada pada rentangan skor 15-17, pada indikator *responsiveness* (daya tanggap) berada pada kategori kurang baik dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 12,32 yang berada pada rentangan skor 9-12, pada indikator *assurance* (jaminan) berada pada kategori kurang baik dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 17,53 yang berada pada rentangan skor 15-18, pada indikator *empathy* (empati) berada pada kategori kurang baik dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 12,46 yang berada pada rentangan skor 9-12, dan pada indikator *tangibles* (bukti fisik) berada pada kategori kurang baik dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 13,72 yang berada pada rentangan skor 11-14.

## KATA PENGANTAR

## بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta kemudahan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Persepsi Tamu Tentang Pelayanan Resepsionis di Premier Basko Hotel Padang**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Sains Terapan di Program Studi Manajemen Perhotelan Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.

Dalam proses penyusunan hingga selesainya skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang takterhingga kepada:

1. Bapak Prof. H. Ganefri, M.Pd, Ph.D selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd selaku Ketua Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Kasmita, S.Pd, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang dan sebagai Pembimbing Akademik.
4. Ibu Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd selaku Ketua Program Studi Manajemen Perhotelan dan sekaligus Pembimbing I

5. Ibu Dr. Yuliana, SP. M.Si, selaku pembimbing II yang telah memberikan motivasi, arahan dan bimbingan mulai dari pembuatan proposal sampai selesainya penulisan Skripsi ini.
6. Seluruh staf pengajar, tata usaha dan teknisi di Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang.
7. Manajemen dan Karyawan Pramier Basko Hotel Padang yang telah memberikan kerjasama yang baik kepada penulis pada saat penelitian untuk skripsi ini.
8. Papa (Nursal), Mama (Herlina) serta Adik (Aditya Alfadjri dan Muhammad Pangeran Fhati) tercinta, terima kasih atas doa dan dukungan yang telah diberikan selama ini, serta keluarga besar yang telah memberikan dukungan berupa moril, materil, perhatian dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Seluruh rekan-rekan Manajemen Perhotelan angkatan 2009 dan junior seperjuangan yang telah memberikan dorongan dan doa kepada penulis membuat skripsi ini.
10. Berbagai pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang

Bersifat membangun, guna penyempurnaan dalam penulisan selanjutnya dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Padang, Februari 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

|                      | Halaman  |
|----------------------|----------|
| <b>ABSTRAK .....</b> | <b>i</b> |

|                              |             |
|------------------------------|-------------|
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>   | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>      | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>    | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>   | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b> | <b>ix</b>   |

## **BAB I. PENDAHULUAN**

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| A. Latar Belakang Masalah ..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah .....   | 6 |
| C. Batasan Masalah .....        | 7 |
| D. Rumusan Masalah .....        | 7 |
| E. Tujuan Penelitian .....      | 7 |
| F. Manfaat Penelitian .....     | 8 |

## **BAB II. LANDASAN TEORI**

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| A. Kajian Teori .....                                  | 9  |
| 1. Definisi Persepsi.....                              | 9  |
| 2. Definisi Pelayanan.....                             | 10 |
| 3. Faktor Penyebab Buruknya Layanan .....              | 14 |
| 4. Pendekatan Pelayanan Berkualitas.....               | 15 |
| 5. Indikator Pelayanan.....                            | 16 |
| 6. Definisi Resepsionis.....                           | 21 |
| 7. Kriteria Resepsionis yang baik .....                | 22 |
| 8. Sifat Yang Harus Dimiliki Seorang Resepsionis ..... | 23 |
| 9. Kepribadian Dasar Seorang Resepsionis.....          | 25 |
| 10. Tugas Resepsionis .....                            | 29 |
| 11. Kualitas Pelayanan Resepsionis.....                | 30 |
| B. Kerangka Konseptual.....                            | 31 |
| C. Pertanyaan Penelitian.....                          | 33 |

## **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| A. Jenis Penelitian .....   | 34 |
| B. Variabel Penelitian..... | 35 |

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| C. Definisi Operasional Variabel .....         | 35 |
| D. Populasi dan Sampel Penelitian.....         | 35 |
| 1. Populasi Penelitian .....                   | 35 |
| 2. Sampel .....                                | 36 |
| E. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data..... | 37 |
| 1. Jenis Data .....                            | 37 |
| 2. Teknik Pengumpulan Data .....               | 38 |
| F. Instrumen Penelitian .....                  | 38 |
| G. Uji Coba Instrumen.....                     | 40 |
| 1. Uji Validitas Butir .....                   | 40 |
| 2. Uji Reliabilitas .....                      | 42 |
| H. Teknik Analisis Data .....                  | 43 |

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| A. Deskripsi Data Hasil Penelitian..... | 44 |
| a. Indikator Reliability.....           | 46 |
| b. Indikator Responsiveness .....       | 49 |
| c. Indikator Assurance.....             | 51 |
| d. Indikator Empathy.....               | 53 |
| e. Indikator Tangibles.....             | 56 |
| B. Pembahasan .....                     | 58 |

#### **BAB V PENUTUP**

|                    |    |
|--------------------|----|
| A. Kesimpulan..... | 65 |
| B. Saran .....     | 66 |

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> | <b>67</b> |
|-----------------------------|-----------|

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

|                                                                   | <b>Halaman</b> |
|-------------------------------------------------------------------|----------------|
| Tabel1. Jumlah Tamu Menginap.....                                 | 35             |
| Tabel2. Pilihan Jawaban Skala Likert .....                        | 38             |
| Tabel3. Kisi-kisi Operasional Variabel Penelitian.....            | 38             |
| Tabel4. Hasil Analisis Validitas .....                            | 40             |
| Tabel5. Pengkategorian Nilai r (Alpa Cronbach) .....              | 41             |
| Tabel6. Deskriptif Data Distribusi Persepsi Tamu .....            | 43             |
| Tabel7. Distribusi Frekuensi Skor Persepsi Tamu .....             | 44             |
| Tabel8. Deskriptif Data Indikator Reliability.....                | 46             |
| Tabel9. Distribusi Frekuensi Skor Indikator Reliability .....     | 46             |
| Tabel10. Deskriptif Data Indikator Responsiveness.....            | 48             |
| Tabel11. Distribusi Frekuensi Skor Indikator Responsiveness ..... | 49             |
| Tabel12. Deskriptif Data Indikator Assurance .....                | 50             |
| Tabel13. Distribusi Frekuensi Skor Indikaator Assurance.....      | 51             |
| Tabel14. Deskriptif Data Indikator Empathy .....                  | 53             |
| Tabel15. Distribusi Frekuensi Skor Indikator Empathy .....        | 53             |
| Tabel16. Deskriptif Data Indikator Tangibles .....                | 55             |
| Tabel17. Distribusi Frekuensi Skor Indikator Tangibles .....      | 55             |

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Gambar1. Kerangka Konseptual.....                | 31 |
| Gambar2. Histogram Persepsi Tamu` .....          | 45 |
| Gambar3. Histogram Indikator Reliability.....    | 47 |
| Gambar4. Histogram Indikator Responsiveness..... | 50 |
| Gambar5. Histogram Indikator Assurance .....     | 52 |
| Gambar6. Histogram Indikator Empathy .....       | 54 |
| Gambar7. Histogram Indikator Tangibles.....      | 57 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                      | <b>Halaman</b> |
|----------------------------------------------------------------------|----------------|
| Lampiran1. Angket Uji Coba Penelitian .....                          | 68             |
| Lampiran2. Tabulasi Uji Coba Penelitian .....                        | 72             |
| Lampiran3 Hasil Analisis Validitas Uji coba.....                     | 74             |
| Lampiran4. Hasil Analisis Reabilitas Uji coba.....                   | 79             |
| Lampiran5.RekapitulasiHasilValiditasCobaPenelitian .....             | 80             |
| Lampiran6. Angket Penelitian .....                                   | 82             |
| Lampiran7. Tabulasi Data penelitian .....                            | 86             |
| Lampiran8. Distribusi Frekuensi Skor Persepsi Tamu .....             | 89             |
| Lampiran9. Histogram Frekuensi Skor Persepsi Tamu .....              | 89             |
| Lampiran10. Tabulasi Data Indikator Reliability .....                | 90             |
| Lampiran11. Distribusi Frekuensi Skor indikator Reliability .....    | 92             |
| Lampiran12. Histogram Frekuensi Skor indikator Reliability .....     | 92             |
| Lampiran13. Tabulasi Data Indikator Responsiveness .....             | 93             |
| Lampiran14. Distribusi Frekuensi Skor indikator Responsiveness ..... | 95             |
| Lampiran 15. Histogram Frekuensi Skor indikator Responsiveness ..... | 95             |
| Lampiran16. Tabulasi Data Indikator Assurance .....                  | 96             |
| Lampiran17. Distribusi Frekuensi Skor indikator Assurance .....      | 99             |
| Lampiran18.Histogram Frekuensi Skor indikator Assurance .....        | 99             |
| Lampiran19. Tabulasi Data Indikator Empathy .....                    | 100            |
| Lampiran20. Distribusi Frekuensi Skor Indikator Empathy .....        | 103            |
| Lampiran21. Histogram Frekuensi Skor Indikator Empathy .....         | 103            |
| Lampiran22. Tabulasi Data Indikator Tangibles .....                  | 104            |
| Lampiran23. Distribusi Frekuensi Skor Indikator Tangibles .....      | 106            |
| Lampiran24. Histogram Frekuensi Skor Indikator Tangibles .....       | 106            |
| Lampiran25.Statistik Data .....                                      | 107            |
| Lampiran26. LembarPerhitungan .....                                  | 109            |
| Lampiran27. Surat Izin Penelitian Dari Prodi .....                   | 121            |
| Lampiran28. Surat Izin Penelitian Dari Jurusan.....                  | 122            |

|                                                      |     |
|------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran29. Surat Izin Penelitian Dari Fakultas..... | 123 |
| Lampiran30. Surat Izin Penelitian Dari Hotel .....   | 124 |

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Banyak aspek-aspek yang mendukung perkembangan industri pariwisata, diantaranya adalah usaha sarana pariwisata yang meliputi penyediaan akomodasi, penyediaan makanan dan minuman. Akomodasi sebagai salah satu komponen usaha sarana pariwisata mempunyai pengertian sebagai wahana untuk menyediakan pelayanan jasa penginapan yang akan dilengkapi dengan pelayanan makan dan minum serta jasa lainnya. Perusahaan hotel adalah salah satu bentuk perdagangan jasa yang menyediakan jasa penginapan dan jasa pelayanan hotel lainnya. Menurut Surat Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No.Km 37/PW.340.MPPT-86 dalam Sulastiyono (2007:3) yang menyatakan “Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial”. Dengan pengertian hotel diatas dapat dijabarkan bahwa hotel adalah salah satu bentuk industri jasa yang menyediakan jasa penginapan dan jasa pelayanan hotel lainnya.

Usaha perhotelan tergolong usaha yang penting terhadap pelayanan dalam arti memerlukan jumlah tenaga yang cukup demi kepuasan tamu yang berkunjung. Untuk mencapai pelayanan yang memuaskan usaha perhotelan memiliki 7 departemen salah satunya adalah FO (*front office*). *Front Office* tugasnya berhubungan langsung dengan tamu, menerima pemesanan kamar tamu, menerima pendaftaran tamu, maupun memberikan informasi

yang diinginkan tamu. Departemen ini merupakan kesan pertama bagi tamu ketika melakukan *check in*. Adapun seksi-seksi dari *Front Office* adalah sebagai berikut : *reservation, reception, telephone operators, cashier, bellboy, information section*.

Almaida (2005:17) menyatakan bahwa :

“*Reception* adalah tempat tamu hotel mendaftar, mencari kamar atau tempat informasi bagi tamu yang datang ke hotel dan orang yang menerima tamu tersebut dinamakan dengan resepsionis. Adapun tugas resepsionis sebagai berikut: 1. Bertugas menyambut tamu dan memberi salam kepada setiap tamu yang datang ke hotel. 2. Mendaftarkan tamu, mencari kamar yang siap ditempati tamu baik atas sarannya atau atas permintaan tamu. 3. Memberikan atau mengeluarkan kunci kamar kepada tamu yang akan menginap. 4. Menyediakan informasi bagi tamu sehubungan dengan pelayanan atau fasilitas yang tersedia di hotel serta informasi lainnya di luar hotel”.

Berdasarkan hal diatas perlu adanya pelayanan yang bagus dari seorang resepsionis. Sulastiyono (2011:35) menyatakan :

“Untuk mendapatkan gambaran tentang pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dan keinginan-keinginan tamu yang dijadikan sebagai tolak ukur pelayanan yang baik, maka perlu dijelaskan tentang kualitas sebagai pemakai jasa pelayanan tersebut. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan dapat diciptakan dengan terlebih dahulu mengidentifikasi harapan tamu tentang pelayanan yang dibutuhkan dan diinginkannya”.

Tamu adalah bagian masyarakat yang memiliki peran dalam memberikan penilaian terhadap pelayanan hotel. Dalam hal ini tamu yang dimaksud adalah tamu yang berkunjung dan menginap baik yang berasal dari luar daerah maupun dalam daerah sendiri.

Untuk dapat memberikan penilaian atau pandangan tamu terhadap hotel, tentu saja seorang resepsionis harus memiliki ilmu dan wawasan yang cukup tentang pelayanan. Menurut Kotler (1997:115) mengemukakan ada 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima (*perceived service*). Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan tamu, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal, tetapi sebaliknya jika layanan yang diterima atau dirasakan lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk.

Menghindari terjadinya persepsi negatif, resepsionis harus mengetahui apa yang diinginkan tamu dan memberikan yang terbaik kepada tamu melalui layanan yang berkualitas, sehingga apa yang diinginkan tamu lebih dari apa yang diharapkan. Dengan demikian tamu memiliki persepsi yang tinggi terhadap kualitas layanan resepsionis. Menurut Kotler (2005: 216) persepsi adalah “proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti”.

Disamping adanya keuntungan dalam pelayanan resepsionis juga ada kerugian bagi perusahaan atau hotel apabila seorang resepsionis tidak melakukan pelayanan dengan baik. Menurut Sutanto (2011:14) : “Hotel akan mendapatkan kerugian jika resepsionis tidak melakukan pelayanan dengan baik seperti: kurangnya keramahan terhadap tamu, hal tersebut membuat kesan pertama yang dirasakan oleh tamu kurang memuaskan sehingga

membuat tamu tidak akan mempromosikan hotel tersebut ke orang lain”. Dari pendapat diatas dapat dikatakan bahwa pelayanan resepsionis sangat berpengaruh terhadap perusahaan hotel terutama dibidang pelayanan di sebuah hotel.

Sutanto (2011:13) menyatakan bahwa :

“keuntungan bagi perusahaan atau hotel itu sendiri apabila resepsionis mempunyai kinerja yang baik dalam melakukan pekerjaannya, seperti pelayanan yang baik dari resepsionis akan membuat tamu mengajak atau mempromosikan kepada orang lain bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan di hotel yang ia kunjungi sangat memuaskan”.

Kota Padang merupakan salah satu tujuan bisnis perhotelan yang dianggap akan tumbuh dan berkembang pesat, apalagi Kota Padang merupakan Ibukota Provinsi Sumatera Barat. Dengan semakin berkembangnya industri pariwisata maka sektor pendukung pariwisata pun turut mengalami kemajuan yang sangat pesat. Pertumbuhan industri secara langsung tidak terlepas dari aspek-aspek yang mendukungnya, salah satu sektor pendukung industri pariwisata adalah jasa perhotelan. Jasa perhotelan adalah salah satu bentuk perdagangan yang menyediakan jasa penginapan, pertemuan, makanan dan minuman serta penunjang jasa lainnya yang dikelola secara komersial.

Premier Basko Hotel Padang merupakan salah satu hotel berbintang, yang masih diajukan klarifikasinya sebagai hotel bintang lima yang berusaha untuk terus menerus mengembangkan usahanya di tengah-tengah persaingan yang semakin ketat dalam bidang usaha perhotelan di Kota Padang. Premier Basko Hotel Padang berada pada suatu daerah atau lokasi cukup strategis dan

mudah dijangkau yang letaknya dekat pusat Kota Padang, pusat perbelanjaan, stasiun Kereta Api dan Bandar Udara Internasional Minangkabau. Premier Basko Hotel digunakan sebagai tempat menginap dan untuk melakukan event-event tertentu, untuk acara besar seperti resepsi pernikahan, acara kantor, dan acara pemerintahan.

Tamu menginginkan pelayanan yang baik termasuk di Premier Basko Hotel Padang. Namun peneliti menemukan beberapa masalah dalam pelayanan resepsionis. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa tamu hotel yang pernah menginap atau berkunjung ke Premier Basko Hotel, menemukan masalah yang berhubungan dengan kurangnya pelayanan resepsionis dalam melayani tamu saat *check in* maupun *check out*. Hal ini terlihat dari beberapa komplain tamu yang menginap di Premier Basko Hotel Padang. Bentuk komplain dari tamu tersebut adalah lambannya respon resepsionis terhadap permintaan tamu (November 2012), resepsionis salah dalam memberi kunci kamar tamu (November 2012), kurangnya sopan santun resepsionis terhadap tamu (Februari 2013), seperti melayani tamu sambil duduk sedangkan tamu berdiri dan kurang senyum kepada tamu, sifat resepsionis yang tidak jujur dalam ketentuan harga kamar (Juni 2013), ada juga beberapa resepsionis yang memandang dan melihat tamunya dari segi fisik luarnya saja, kebanyakan resepsionis mendahulukan orang yang mempunyai jabatan atau pangkat.

Hal ini mengakibatkan kurang nyamannya interaksi antara tamu dengan resepsionis. Jika resepsionis merasa dirinya selalu benar dan mempertahankan sifat angkuh dan sombong tanpa mengenali dengan baik terlebih dahulu lawan bicara, maka dia akan merasa dirinya yang paling benar dan memperlihatkan bahwa dia yang banyak atau lebih tahu dari pada tamu, ada beberapa resepsionis yang tidak mengetahui job description dengan baik seperti tidak menyambut tamu dengan ramah dan tidak memberikan informasi berkaitan dengan hotel kepada tamu hotel. Sehingga tamu merasa kurang nyaman terhadap pelayanan hotel.

Mengingat pentingnya pelayanan resepsionis terhadap kenyamanan tamu yang berkunjung ke hotel, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PERSEPSI TAMU TENTANG PELAYANAN RESEPSIONIS DI PREMIER BASKO HOTEL PADANG”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Karyawan Resepsionis kurang sopan dan kurang ramah dalam melayani tamu.
2. Karyawan Resepsionis lambat dalam merespon permintaan tamu.
3. Karyawan Resepsionis kurang jujur dan kurang memiliki sikap selalu siap menolong tamu.
4. Resepsionis kurang memiliki kemampuan berkomunikasi secara efektif dengan tamu.

5. Resepsionis kurang memiliki kemampuan dalam mengetahui *job description* resepsionis.

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka pada penelitian ini pelayanan yang dilakukan dibatasi pada persepsi tamu tentang pelayanan resepsionis di Premier Basko Hotel Padang ditinjau dari lima indikator pelayanan yaitu: kehandalan (*reliability*), dayatanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

### **D. Perumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana persepsi tamu tentang pelayanan resepsionis di Premier Basko Hotel Padang ditinjau dari lima indikator pelayanan yaitu: kehandalan (*reliability*), dayatanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*)?

### **D. Tujuan Penelitian**

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Presepsi tamu tentang pelayanan resepsionis di Premier Basko Hotel Padang ditinjau dari lima indikator pelayanan yaitu: kehandalan (*reliability*), dayatanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

## **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Bagi Pihak Hotel**

Dapat menjadi masukan agar lebih memperhatikan karyawan resepsionis dalam melayani tamu.

### **2. Bagi Jurusan Kesejahteraan Keluarga Universitas Negeri Padang**

Memberikan tambahan pengetahuan kepada mahasiswa jurusan Kesejahteraan Keluarga khususnya Prodi D4 Manajemen Perhotelan tentang persepsi tamu tentang pelayanan resepsionis.

### **3. Peneli Selanjutnya**

Pada peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat melanjutkan penelitian ini dengan indikator-indikator lain sehubungan dengan pelayanan resepsionis.

### **4. Bagi Penulis**

Penelitian ini sangat bermanfaat bagi penulis sebagai media untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat di bangku perkuliahan dengan kenyataan yang ada di lapangan dan sebagai syarat dalam menyelesaikan perkuliahandi Prodi D4 Manajemen Perhotelan.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Definisi Persepsi**

Persepsi dapat diartikan sebagai pengamatan, namun banyak para ahli mencoba memberikan batasan pengertian secara harfiah tentang persepsi ini. Persepsi berasal dari bahasa Inggris, yaitu: "*perception*". Menurut Shadily (1982: 424) "persepsi adalah tanggapan, atau daya memahami atau menanggapi sesuatu". Kemudian menurut Poerwadarminta (1982: 526) "persepsi adalah tanggapan, opini dan anggapan terhadap suatu peristiwa atau kejadian". Selain itu juga ada beberapa pengertian tentang persepsi yang dikemukakan oleh beberapa ahli. Persepsi merupakan proses akhir dari pengamatan yang diawali oleh proses pengindraan, yaitu proses diterimnya stimulus oleh alat indra, lalu diteruskan ke otak, dan baru kemudian individu menyadari tentang sesuatu yang dipersepsikan (Sunaryo, 2004).

Menurut Kotler (2005: 216) persepsi adalah "proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti". Sedangkan menurut Setiadi (2010: 87) "persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi".

Nitisusastoro (2012: 66) mengemukakan "persepsi digambarkan sebagai proses dimana individu seseorang menyeleksi, mengorganisasi dan

menterjemahkan stimulasi menjadi sebuah arti yang koheren dengan semua kejadian dunia”. Sedangkan menurut Solomon (dalam Prasetyo,dkk 2005: 67) mendefinisikan “persepsi sebagai proses dimana sensasi yang diterima oleh seseorang dipilah dan dipilih, kemudian diatur dan akhirnya diinterpretasikan”.

Dari definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa Persepsi seseorang pada suatu objek akan berbeda-beda. Persepsi yang dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. Persepsi merupakan suatu pengamatan individu atau proses pemberian makna sebagai hasil pengamatan tentang suatu objek, peristiwa, dan sebagainya melalui panca inderanya, yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan penafsiran pesan sehingga seseorang dapat memberikan tanggapan mengenai baik buruknya atau positif negatifnya hal tersebut.

## **2. Definisi Pelayanan**

Istilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain. Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia (Sinambela, 2010: 3). Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung (Moenir, 2006: 16-17). Membicarakan pelayanan berarti membicarakan suatu proses kegiatan yang konotasinya lebih kepada hal yang abstrak (*intangible*).

Pelayanan merupakan suatu proses, proses tersebut menghasilkan suatu produk berupa pelayanan yang kemudian diberikan kepada pelanggan.

Mendefinisikan pelayanan membutuhkan pengetahuan dari beberapa disiplin ilmu, seperti: pemasaran, psikologi. Olsen dan Wykoff (dalam Yamit, 2005: 22) melakukan pengamatan atas pelayanan dan mendefinisikan pelayanan adalah sekelompok manfaat yang berdaya guna baik secara eksplisit maupun implisit atas kemudahan untuk mendapatkan barang maupun jasa pelayanan. Olsen dan Wykoff (dalam Yamit, 2005: 22) juga memasukkan atribut yang dapat diraba (*tangible*) dan yang tidak dapat diraba (*intangible*). Definisi secara umum dari pelayanan ini adalah dapat dilihat dari perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja pelayanan.

Pelayanan sangat dipengaruhi oleh harapan tamu. Harapan tamu dapat bervariasi antara tamu satu dengan tamu lain walaupun pelayanan yang diberikan konsisten. Pelayanan mungkin dapat dilihat sebagai suatu kelemahan kalau tamu mempunyai harapan yang terlalu tinggi, walaupun dengan suatu pelayanan yang baik. Menurut Wyckof dalam Lovelock (dalam Purnama, 2006: 19) memberikan pengertian layanan sebagai tingkat kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan tamu. Sedangkan menurut Parasuraman (dalam Purnama, 2006: 19) layanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) tamu dengan layanan yang diharapkan tamu. Jika layanan yang dirasakan sama

atau melebihi layanan yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.

Berkaitan dengan masalah pelayanan, pada dasarnya pelayanan merupakan suatu konsep yang abstrak dan sukar dipahami (Tjiptono, 2004: 51). Hal ini dikarenakan adanya empat karakteristik jasa atau layanan yang unik membedakannya dari barang, yaitu tidak berwujud, tidak terpisah antara produksi dan konsumsi, outputnya tidak terstandar dan tidak dapat disimpan.

Menurut Kotler (1997: 115) mengemukakan ada 2 (dua) faktor utama yang mempengaruhi layanan, yaitu layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima (*perceived service*). Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan tamu, maka layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal, tetapi sebaliknya jika layanan yang diterima atau dirasakan lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk.

Dengan demikian baik tidaknya pelayanan bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa atau layanan melainkan berdasarkan pada persepsi tamu.

Sebagai suatu faktor kinerja perusahaan yang bergerak di bidang jasa, pelayanan merupakan strategi penting dalam keberhasilan suatu perusahaan. Basu Swasta DH (1995:318) telah memberikan definisi sebagai berikut, “barang yang tidak kentara (*intangible product*) yang

dibeli dan dijual di pasar melalui suatu transaksi pertukaran yang saling memuaskan”.

Dari pengertian di atas dapat dilihat betapa pentingnya peranan pelayanan yang dititikberatkan kepada para pelanggan atau tamu yang datang ke perusahaan atau hotel dengan harapan untuk mendapatkan kepuasan tertentu sehingga dapat menjadi pelanggan bagi perusahaan di masa yang akan datang. Oleh sebab itu, dapat diambil kesimpulan bahwa pelayanan yang efektif adalah pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan atau tamunya. Terdapat empat bentuk pelayanan yang harus dikelola secara bersama-sama guna memperoleh hasil yang maksimal yaitu:

- 1) Pelayanan itu sendiri sebagai produk yang dijual. Dalam hal ini seorang resepsionis harus mampu menganggap pelayanan yang dijual sebagai produk yang tersendiri dari berbagai elemen seperti *feature*, *quality*, dan *style* yang harus ditentukan di dalam pelayanan yang akan dijual.
- 2) *Before sales service*, yaitu pelayanan yang diberikan sebelum seorang tamu mengambil sebuah kamar.
- 3) *In-sales service*, yaitu pelayanan yang diberikan pada waktu penjualan atau proses seorang tamu memilih dan mengkonfirmasi kamar yang akan diambil.
- 4) *After sales service*, yaitu pelayanan yang diberikan setelah seorang tamu diberikan kunci kamar.

Dari definisi tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat empat pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan atau tamu.

### 3. Faktor Penyebab Buruknya pelayanan

Setiap perusahaan harus mampu memahami dan mengantisipasi beberapa faktor potensial yang bisa menyebabkan buruknya layanan. Menurut Tjiptono (2008: 96-98) faktor-faktor penyebab buruknya layanan diantaranya:

#### a. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan

Salah satu karakteristik unik jasa atau pelayanan adalah *inseparability*, artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Hal ini kerap kali membutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan dalam proses penyampaian layanan. Konsekuensinya, berbagai macam persoalan sehubungan dengan interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan layanan bisa saja terjadi. Beberapa kelemahan yang mungkin ada pada karyawan layanan dan mungkin berdampak negatif terhadap persepsi kualitas meliputi:

- 1) Tidak terampil dalam melayani pelanggan.
- 2) Cara berpakaian karyawan kurang sesuai dengan konteks.
- 3) Tutur kata karyawan kurang sopan atau bahkan menyebalkan.
- 4) Bau badan karyawan mengganggu kenyamanan pelanggan.
- 5) Karyawan selalu cemberut atau pasang tampang “angker”.

#### b. Intensitas tenaga kerja yang tinggi

Keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan masalah kualitas, yaitu berupa tingginya variabilitas layanan yang dihasilkan.

#### c. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai

Karyawan *front-line* merupakan ujung tombak sistem penyampaian layanan. Bukan saja mereka itu adalah “wajah” organisasi, namun acap kali merekalah cerminan “jasa” yang dipersepsikan konsumen.

#### d. Gap Komunikasi

Tak dapat dipungkiri lagi bahwa komunikasi merupakan faktor esensial dalam menjalin relasi dengan pelanggan. Bila terjadi gap

komunikasi, maka bisa timbul penilaian atau persepsi negatif terhadap kualitas layanan.

e. Memperlakukan pelanggan dengan cara yang sama

Pelanggan merupakan individu unik dengan preferensi, perasaan, dan emosi masing-masing. Dalam hal interaksi dengan penyedia layanan, tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan yang seragam (*standardized service*). Sering terjadi ada pelanggan yang menginginkan atau bahkan menuntut layanan yang sifatnya personal dan berbeda dengan pelanggan lain.

f. Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan

Di satu sisi, mengintroduksi layanan baru atau menyempurnakan layanan lama dapat meningkatkan peluang pertumbuhan bisnis dan menghindari terjadinya layanan yang buruk. Di sisi lain, bila terlampaui banyak layanan baru dan tambahan terhadap layanan yang sudah ada, hasil yang didapatkan belum tentu optimal, bahkan tidak tertutup kemungkinan timbul masalah-masalah seputar standar kualitas layanan.

g. Visi bisnis jangka pendek

Visi jangka pendek (misalnya, orientasi pada pencapaian target penjualan dan laba tahunan, penghematan biaya sebesar-besarnya, peningkatan produktivitas tahunan, dan lain-lain) bisa merusak kualitas layanan yang sedang dibentuk untuk jangka panjang.

#### 4. Pendekatan Pelayanan Berkualitas

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa, memuaskan kebutuhan pelanggan berarti perusahaan harus memberikan pelayanan berkualitas (*service quality*) kepada pelanggan. Terdapat dua pendekatan pelayanan berkualitas yang populer digunakan kalangan bisnis Amerika dan kini telah menyebar ke berbagai negara di dunia. Pendekatan pertama dikemukakan oleh Karl (dalam Yamit, 2005: 23) yang mendasarkan pendekatan pada dua konsep pelayanan berkualitas, yaitu *service triangle* dan total *quality service* diterjemahkan sebagai layanan mutu terpadu oleh Soetjipto (dalam Yamit, 2005: 23).

a. *Service Triangle*

*Service triangle* adalah suatu model interaktif manajemen pelayanan yang menghubungkan antara perusahaan dengan pelanggannya. Model tersebut terdiri dari tiga elemen dengan pelanggan sebagai titik fokus Albrecht and Zemke.

b. *Total Quality Service*

Pelayanan mutu terpadu adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan berkualitas kepada orang yang berkepentingan dengan pelayanan (*stakeholders*), yaitu pelanggan, pegawai dan pemilik. Pendekatan kedua adalah *conceptual model of service quality* yang dikemukakan oleh tiga orang akademisi Amerika dengan nama PBZ yang merupakan singkatan dari tiga nama penemunya, yaitu A. Parasuraman, Leonard L. Berry and Valerie A. Zeithaml. Pada dasarnya memiliki tujuan yang hampir sama dengan pelayanan produk. Hampir semua perusahaan menawarkan manfaat dan penambahan nilai untuk kepuasan dan loyalitas pelanggan.

## 5. Indikator Pelayanan

Menurut Zeithaml, dkk, (dalam Tjiptono, 2008: 95) telah melakukan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan yaitu kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangibles*). Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut dijadikan indikator dalam mengukur kualitas pelayanan. Indikator-indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

- a. *Reliability* (kehandalan), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali. Sebagai contoh, seorang tamu memilih tempat untuk menginap melihat terlebih dahulu reputasi tempat yang menjadi tujuan. Sub indikator kehandalan (*reliability*) ini adalah:

1) Ketepatan pelayanan.

Ketepatan pelayanan dapat terlihat pelayanan resepsionis pada saat tamu check in dan check out, serta keakuratan perhitungan total biaya menginap yang diberikan resepsionis.

2) Kesesuaian pelayanan.

Kesesuaian pelayanan dapat terlihat dari rasa puas tamu terhadap pelayanan yang diberikan resepsionis sesuai dengan harapan tamu atau sesuai dengan yang diinginkan tamu.

3) Kepuasan konsumen terhadap fasilitas.

Kepuasan konsumen dapat terlihat dari rasa puas serta kenyamanan tamu dengan pelayanan yang diberikan resepsionis hotel. Kenyamanan ini terjadi karena adanya komunikasi yang baik dengan karyawan resepsionis.

4) Kelengkapan fasilitas.

Kelengkapan fasilitas terlihat dari meja resepsionis yang tertata dengan rapi dan di meja tersebut dapat ditemukan brosur nama kamar, harga kamar, yang memudahkan tamu untuk mendapatkan informasi.

b. *Responsiveness* (daya tanggap), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera. Sub indikator dari indikator *Responsiveness* (daya tanggap) adalah :

1) Kecepatan pelayanan.

Kecepatan pelayanan terlihat dari tamu segera memperoleh pelayanan dari karyawan resepsionis, misalnya resepsionis menuliskan memo untuk merekomendasikan tempat menginap lain pada *peak season* (kapasitas penuh).

2) Penanganan keluhan konsumen.

Penanganan keluhan konsumen terlihat dari tamu tidak terlalu lama menunggu pada saat proses c/i dan c/o dan karyawan resepsionis selalu bersedia untuk menanggapi dengan cepat permintaan tamu.

3) Kenyamanan konsumen.

Kenyamanan konsumen terlihat dari rasa puas tamu terhadap resepsionis dalam menangani keluhan tamu terhadap pelayanan karyawan hotel dimana resepsionis menunjukkan kesungguhannya untuk membantu.

c. *Assurance* (jaminan), yaitu keamanan berkenaan dengan pengetahuan dan keterampilan serta kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*). Sub indikator dari indikator *assurance* (jaminan) adalah:

1) Kepercayaan, keyakinan dan kejujuran karyawan.

Kepercayaan, keyakinan dan kejujuran karyawan terlihat dari kejujuran resepsionis mengembalikan barang bawaan tamu yang tertinggal saat menginap atau berkunjung ke hotel.

- 2) Karyawan yang berpengetahuan luas, terlatih, dan etika (*knowledge, skill, attitude*).

Pengetahuan karyawan terlihat dari rekomendasi tempat-tempat wisata, harga kamar serta jenis kamar, dan penguasaan bahasa asing untuk melayani tamu dari luar negeri.

- 3) Keramahan, perhatian dan kesopanan karyawan.

Keramahan karyawan resepsionis terlihat pada saat mengucapkan salam kepada tamu yang datang, berbicara dengan cara yang menyenangkan, dan berperilaku sopan terhadap tamu.

- d. *Empathy* (Empati), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Sub indikator dari indikator *empathy* (empati) adalah:

- 1) Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan konsumen.

Kemampuan karyawan berkomunikasi terlihat dari kepuasan tamu berkomunikasi dengan resepsionis, cara resepsionis memenuhi permintaan khusus yang diminta tamu dan kehati-hatian karyawan resepsionis mendengarkan permintaan tamu.

- 2) Pemahaman kebutuhan konsumen.

Pemahaman kebutuhan konsumen terlihat dari pemahaman karyawan resepsionis terhadap kebutuhan spesifik tamu, serta

membantu tamu dalam memilih kamar sesuai dengan kebutuhan tamu.

### 3) Kenyamanan pelayanan.

Kenyamanan pelayanan terlihat dari rasa nyaman tamu terhadap pelayanan yang diberikan karyawan resepsionis pada saat tamu menginap maupun berkunjung.

- e. *Tangibles* (bukti fisik), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan atau perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan. Tempat bekerja resepsionis yang kotor dan penampilan resepsionis yang kurang rapiakan dinilai buruk oleh pelanggan. Sub indikator dari indikator *Tangibles* (bukti fisik) adalah:

#### 1) Penampilan karyawan.

Penampilan karyawan terlihat dari cara berpakaian yang rapi dan bersih, memakai seragam yang telah ditetapkan dan penataan rambut yang rapi pada saat bekerja.

#### 2) Kebersihan, kerapian dan kenyamanan resepsionis.

Kebersihan, kerapian dan kenyamanan resepsionis terlihat dari meja resepsionis yang tertata dengan rapi, serta penataan meja yang tidak menghalangi aktifitas kerja.

Dimensi kualitas yang dikemukakan oleh Zeithaml, dkk tersebut dijadikan indikator dalam menilai pelayanan. Dan indikator ini berpengaruh pada harapan pelanggan dan kenyataan yang mereka terima. Jika kenyataannya pelanggan menerima pelayanan melebihi harapannya,

maka pelanggan akan mengatakan pelayanannya berkualitas dan jika kenyataannya pelanggan menerima pelayanan kurang atau sama dari harapannya, maka pelanggan akan mengatakan pelayanannya tidak berkualitas.

## 6. Definisi Resepsionis

Seseorang yang bekerja sebagai penerima tamu di sebuah hotel dikenal dengan beberapa nama atau istilah. Sedangkan Renner (1981:114) dalam bukunya *Basic Hotel Front Office Procedures*, menjelaskan bahwa :

*“the first contact with the hotel personnel may be a doorman or bellman, but most likely, it will be a Desk Clerk. He is the prime representative of the hotel, the management and all other employees working for it. The first impression will make all the difference in how the guests will view the hotel and subsequently enjoy their stay: they will then make the establishment.”*

Dari pendapat Renner diatas dapat dikatakan bahwa bisa saja tamu pertama-tama berhubungan dengan pihak hotel dengan seorang *doorman* atau *bellboy*, tetapi kebanyakan yang terjadi adalah tamu berhubungan dengan resepsionis. Dialah wakil utama hotel, manajemen, dan seluruh karyawan yang bekerja di hotel. Kesan pertama akan mempengaruhi pandangan tamu mengenai hotel untuk menikmati kunjungan atau tinggalnya di hotel tersebut.

Menurut Atia Handayani (diakses Jum'at, 30 Agustus 2013, 20:55) menyatakan : “Resepsionis adalah seorang yang bertugas sebagai penerima tamu di suatu perusahaan, hotel atau kantor”. Dari pendapat Atia diatas dapat disimpulkan bahwa resepsionis merupakan orang yang paling berperan terhadap penerimaan tamu di suatu instansi termasuk perhotelan.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa resepsionis adalah seorang yang bekerja sebagai penerima tamu di sebuah hotel yang paling berperan penting terhadap kemajuan suatu instansi termasuk perhotelan.

Jadi pengertian pelayanan resepsionis adalah perbuatan yang dilakukan seorang resepsionis yang bekerja di kantor depan dalam melayani tamu.

## **7. Kriteria Resepsionis Yang Baik**

Resepsionis adalah penerima tamu atau juga penerima telepon di suatu perusahaan. Citra perusahaan juga ditentukan oleh resepsionis, meskipun juga banyak faktor lainnya. Tapi setidaknya orang melihat perusahaan dan berkomunikasi dengan perusahaan pertama melalui resepsionis. Resepsionis bukan cuma berwajah cantik, tubuh tinggi semampai, tetapi juga pengetahuan, sikap yang matang dan perilaku yang baik dan benar. Di kutip dari Yulisna (2012: 56), Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan seorang resepsionis saat menerima tamu yaitu:

1. Jangan biarkan tamu menunggu terlalu lama. Perhatikan kepentingan-kepentingan tamu perusahaan. Jika orang yang hendak ditemui tidak ada atau sedang pergi, tanyakan apakah dia bersedia menunggu.
2. Jangan mengunyah permen karet atau makanan kecil saat menghadapi tamu atau saat menerima telepon, (ketika anda sedang makan, orang di telepon seberang bisa mendengarnya).
3. Sebaiknya anda tidak bergerombol dengan teman-teman anda di meja resepsionis, apabila untuk keperluan yang tidak ada hubungannya dengan pekerjaan. Misalnya membuka plastik dagangan, mengocok undian arisan, dan lain-lain.
4. Singkirkan pernak-pernik yang tidak ada hubungannya dengan pekerjaan dari atas meja monitor komputer anda.
5. Jangan mondar-mandir di ruang tamu

dengan sandal atau penampilan yang tidak rapi. 6. Jangan terlalu sering mengobrol atau bergosip dengan teman-teman anda.

## **8. Sifat Yang Harus Dimiliki Seorang Resepsionis**

Yulisna (2012: 58) mengatakan ada 4 sifat yang harus dimiliki resepsionis, diantaranya yaitu:

### **1) Gigih**

Gigih ini yang pertama karena seorang resepsionis selalu mengerjakan pekerjaan yang sama dari pagi hingga sore. Kebosanan adalah kata pertama yang harus dihadapi. Karena kebosanan bisa mengarahkan resepsionis pada keteledoran dalam pekerjaannya. Misalnya, menghadapi tamu perusahaan dengan wajah yang tidak ramah & senyum yang tidak tersungging di bibir. Atau juga, lupa menukarkan KTP tamu dengan ID card tamu atau pengunjung pada tiap tamu perusahaan yang datang.

### **2) Baik dan ramah.**

Baik karena selalu memberikan layanan terbaik kepada antar bagian dalam perusahaan dan kepada perusahaan lain. Resepsionis di perusahaan tertentu, ada kalanya ditugaskan untuk menyambungkan antar bagian dalam perusahaan melalui telepon intra-perusahaan. Resepsionis juga harus ramah kepada perusahaan lain, karena ini adalah salah satu cara untuk menampilkan citra baik perusahaan.

### **3) Kenal dengan banyak orang dan tahu posisi mereka di perusahaan.**

Karena itu resepsionis harus ramah kepada karyawan dalam perusahaan, resepsionis harus mengenali berbagai nama dan posisi yang jumlahnya sangat banyak. Makanya, beberapa karakter seringkali menjadi kriteria untuk menjadi seorang resepsionis. Misalnya, supel. Supel artinya pandai bergaul. Biasanya mereka yang berkarakter supel, mudah untuk mengingat wajah, nama dan siapa orang lain itu. Karakter seperti ini akan sangat menunjang karir seorang resepsionis yang handal.

### **4) Bahasa Inggris**

Bahasa Inggris sebagai bahasa Internasional harus juga dikuasai oleh resepsionis, karena ini adalah bahasa Internasional yang digunakan berkomunikasi dengan tamu Asing.

## 9. Kepribadian Dasar Seorang Resepsionis

Beberapa kepribadian dasar yang dimiliki seorang resepsionis hotel diantaranya :

### 1) Sopan santun dan ramah tamah

Seorang resepsionis yang baik harus selalu bersikap ramah, sopan dan baik terhadap rekan sekerjanya, atasan, maupun terhadap tamu hotel betapa pun berat pekerjaannya. Adapun kebiasaan – kebiasaan yang sebaiknya dilakukan oleh seorang resepsionis untuk dapat menimbulkan kesan ramah dan sopan adalah sebagai berikut:

- a) Biasakan selalu berbicara dengan suara yang jelas dan dengan volume suara yang menyenangkan.
- b) Biasakan untuk tersenyum sewaktu berbicara
- c) Selalu mengucapkan salam kepada setiap orang yang dijumpai baik sesama rekan kerja, atasan maupun tamu hotel, lebih-lebih disertai dengan penyebutan nama yang diberi salam (*greet*). Contoh : “selamat pagi (siang atau sore) Pak Agus”? atau “*Good Morning (afternoon or evening), Mr. Agus*”?

### 2) Jujur dan selalu siap menolong

Paul B.White dan Helen Beckley (1973:6) menyatakan bahwa “Sikap dasar lain harus dimiliki oleh seorang resepsionis hotel adalah kejujuran dan ringan tangan (suka menolong)”. Seorang resepsionis harus mengetahui bahwa bekerja di hotel berarti berada di lingkungan yang luks,serba mewah. Untuk itu sikap jujur mutlak harus dimiliki

oleh seorang resepsionis, karena dalam lingkungan luks, serba mewah, dapat dipastikan bahwa tamu hotel tersebut merupakan petinggi atau pejabat. Sekiranya resepsionis tidak jujur, misalnya dalam ketentuan harga kamar, atau sekiranya ketika barang mahal tamu seperti handphone atau laptop tertinggal di meja resepsionis tidak dipulangkan dan malah dicuri, hal ini bukan saja akan merusak nama resepsionis tersebut, namun juga akan merusak nama hotel tempat ia bekerja. Tamu yang terdiri dari petinggi atau pejabat bisa saja menuntut balik terhadap hotel jika merasa tertipu dan hal ini kemudian dapat merusak citra baik hotel, dan tamu juga tidak akan kembali kesana.

Resepsionis harus menunjukkan sikap suka menolong orang lain (tamu). Contoh kecil sebagai sikap mau menolong tamu, tersenyum misalnya, dapat dikategorikan sebagai pertolongan bagi tamu yang baru tiba di hotel dan merasa letih akibat perjalanan yang panjang. Sedangkan hasil dari pertolongan resepsionis tersebut tak terhingga besarnya baik bagi tamu maupun bagi diri resepsionis sendiri.

### 3) Kemampuan berkomunikasi dengan tamu secara efektif

Menurut Dedy Mulyana(2005:69) menyatakan bahwa :  
 “komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa”, “mengatakan”, “apa”, “dengan saluran apa”, “kepada siapa”, dan “dengan akibat apa”, “atau hasil apa”. (*who says what in which channel to whom and with what effect*).

Dari semua pengetahuan dan keterampilan yang kita miliki, pengetahuan dan keterampilan yang menyangkut komunikasi termasuk diantara yang paling penting dan berguna. Melalui komunikasi intra pribadi kita berbicara dengan sendirinya, mengenal diri sendiri, mengevaluasi diri sendiri tentang ini dan itu, mempertimbangkan keputusan – keputusan yang akan diambil dan menyiapkan pesan-pesan yang akan kita sampaikan kepada orang lain. Melalui komunikasi antar pribadi kita berinteraksi dengan orang lain, mengenal mereka dan diri kita sendiri, dan mengungkapkan diri sendiri kepada orang lain. Apakah kepada pimpinan, teman sekerja, teman seprofesi, kekasih, atau anggota keluarga, melalui komunikasi antar pribadi kita membina, memelihara, kadang – kadang merusak (dan ada kalanya memperbaiki hubungan pribadi kita). Seorang individu akan sukses apabila mempunyai kemampuan komunikasi secara efektif.

Komunikasi secara efektif merupakan salah satu aspek kepribadian yang berperan besar bagi keberhasilan seseorang dalam melakukan tugas pada kehidupan individu. Banyak kerugian dan kegagalan yang akan terjadi atau dialami oleh individu yang disebabkan karena tidak adanya kemampuan komunikasi secara efektif. Di kutip dari Lastri (2013: 11), Ada beberapa kiat sukses berkomunikasi secara efektif yaitu:

- a) Kenali dengan baik lawan bicara
- b) Jangan terlalu banyak bicara dan kurang mendengar

- c) Jangan merasa dan memperlihatkan bahwa kita lebih tahu dari pada lawan bicara
  - d) Kenali betul-betul diri sendiri dan kemampuan diri sendiri
- 4) Kemampuan mengetahui *job description* seorang resepsionis

Kemampuan mengetahui *job description* seorang resepsionis merupakan kemampuan resepsionis mengetahui tugas dan tanggung jawab dalam bekerja. Menurut Kasana (1992:64) menyatakan bahwa: Resepsionis mempunyai tugas dan tanggung jawab yang penting dalam menunjang tujuan dari sebuah hotel, karena bagian ini banyak berhubungan langsung dengan pengunjung dan tamu hotel. Rincian tugas bagian resepsionis, yaitu:

- a) Menyambut setiap tamu hotel dengan ramah
- b) Menjawab telepon berkaitan dengan informasi akan hotel tersebut
- c) Memberi bantuan petunjuk akan lokasi tempat yang diminta kepada para pengunjung hotel.
- d) Memberikan informasi berkaitan dengan hotel kepada para pengunjung hotel
- e) Mencatat daftar pengunjung hotel berkaitan dengan *check in & check out*
- f) Data entry akan informasi hotel
- g) Mencatat berbagai informasi yang diperlukan oleh hotel seperti c/i, c/o reservasi dll

- h) Memberikan bantuan kepada setiap pengunjung hotel bila diperlukan
- i) Mengamati dan melaporkan aktivitas pengunjung hotel yang mencurigakan bila diperlukan dan sebagainya.

## 10. Tugas Resepsionis

Menurut Richard (2009: 13) mengemukakan tugas-tugas resepsionis sebagai berikut :

1. Pelaksanaan persiapan pagi (*Morning Preparation*)
  - a. Memeriksa dan menindaklanjuti log book
  - b. Memeriksa daftar tamu diharapkan tiba (*expected arrival list*)
  - c. Mengakurasi informasi pada rak kamar (*room rack*)
  - d. Menghitung kamar
2. Mempersiapkan kedatangan tamu perorangan
  - a. Memeriksa dokumen reservasi
  - b. Memeriksa kartu riwayat kunjungan tamu (*guest history record*)
  - c. Mengalokasikan kamar
3. Mempersiapkan kedatangan tamu rombongan/group
  - a. Membuat daftar kamar (*rooming list*) untuk tamu rombongan
  - b. Mengalokasikan kamar untuk tamu rombongan
  - c. Menyiapkan administrasi registrasi tamu rombongan
4. Mempersiapkan kedatangan tamu penting
  - a. Menentukan kamar (*room assignment*)
  - b. Membuat daftar tamu penting
  - c. Menyiapkan administrasi registrasi tamu penting
  - d. Mempersipakan barang cuma-cuma (*comolimentary item*).

## 11. Kualitas Pelayanan Resepsionis

Kualitas pelayanan resepsionis merupakan sebuah tolak ukur tentang bagaimana tata cara seorang resepsionis melayani tamu-tamu hotel, dan dapat dikatakan bahwa pelayanan resepsionis merupakan

sebuah jasa yang dijual dan kemudiannya akan dibeli oleh tamu. Tata cara seorang resepsionis memberikan pelayanan terbagi atas tiga bagian yaitu :

a) Layanan dengan lisan.

Dalam pelayanan lisan, fungsi resepsionis benar-benar efektif sebagai pemberi informasi kepada tamu. Dengan kata lain pelayanan lisan adalah komunikasi resepsionis secara langsung kepada tamu

b) Layanan melalui tulisan

Pelayanan melalui tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Pelayanan dalam bentuk tulisan ini dilakukan berdasarkan pada jarak yang terlalu jauh antara resepsionis dengan tamu.

c) Layanan Berbentuk Perbuatan

Adapun pelayanan dalam bentuk perbuatan merupakan tindak lanjut atas bertatap muka dengan tamu. Perlu disertai kesungguhan, keterampilan dalam pelaksanaan pekerjaan dan disiplin agar hasilnya memenuhi syarat dan memuaskan mereka yang berkepentingan.

## **B. Kerangka konseptual**

Dalam dunia bisnis perhotelan persepsi tamu tentang pelayanan seorang resepsionis sangat berpengaruh terhadap kemajuan sebuah hotel. Baik buruknya pelayanan resepsionis dilihat dari persepsi tamu yang datang ke hotel tersebut.

Pelayanan diukur dengan lima indikator pelayanan (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik). Sedangkan persepsi tentang

kualitas pelayanan adalah penilaian terhadap tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi keinginan konsumen atau pelanggan yang diberikan oleh suatu organisasi.

Menurut Zeithaml, dkk (dalam Tjiptono, 2008: 95) yang telah melakukan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik atau indikator yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah:

a. *Reliability* (kehandalan)

Jika petugas layanan handal dalam melayani pelanggan, maka pelayanan yang diberikan juga baik. Begitu sebaliknya jika petugas layanan tidak handal maka pelayanan yang diberikan akan dinilai buruk.

b. *Responsiveness* (daya tanggap)

Jika petugas layanan mempunyai daya tanggap yang baik dalam melayani pelanggan, maka pelayanan yang diberikan juga baik. Begitu sebaliknya jika petugas layanan tidak mempunyai daya tanggap yang baik maka pelayanan yang diberikan akan dinilai buruk.

c. *Assurance* (jaminan)

Jika petugas layanan memiliki pengetahuan, keahlian dan etika yang baik dalam melayani pelanggan, maka pelayanan yang diberikan juga baik. Begitu sebaliknya jika petugas layanan tidak memiliki pengetahuan, keahlian dan etika yang baik maka pelayanan yang diberikan akan dinilai buruk.

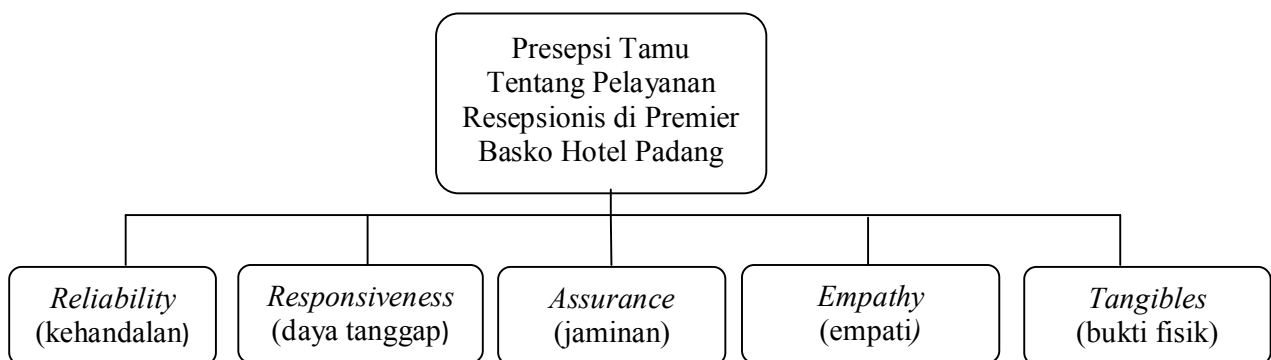
d. *Empathy* (empati)

Jika petugas layanan memberikan sikap empati dan perhatian dalam melayani pelanggan, maka pelayanan yang diberikan juga baik. Begitu sebaliknya jika petugas layanan tidak memberikan sikap empati dan perhatian maka pelayanan yang diberikan akan dinilai buruk.

e. *Tangibles* (bukti fisik)

Jika sebuah usaha jasa layanan memperhatikan kebersihan dan kenyamanan dari fasilitas dan bukti fisik lainnya untuk keperluan pelanggan, maka pelayanan yang diberikan juga baik. Begitu sebaliknya jika sebuah usaha jasa layanan tidak memperhatikan kebersihan dan kenyamanan dari fasilitas dan bukti fisik lainnya untuk keperluan pelanggan petugas layanan maka pelayanan yang diberikan akan dinilai buruk.

Dari uraian di atas maka dapat digambarkan sistematis kerangka pemikiran yang dapat dilihat pada Gambar 1 dibawah ini:



**Gambar 1. Kerangka konseptual**

### **C. Pertanyaan Penelitian**

Adapun pertanyaan penelitian yang akan dideskripsikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana persepsi tamu tentang pelayanan resepsionis di Premier Basko Hotel Padang di tinjau dari 5 indikator kualitas pelayanan yaitu: kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*)?

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1. Kesimpulan Hasil Penelitian

Secara keseluruhan persepsi tamu tentang pelayanan Resepsionis di Premier Basko Hotel Padang tergolong kurang baik dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 71,45 yang berada pada rentangan skor 71-45. Sedangkan berdasarkan indikator dapat disimpulkan berikut ini:

1. Indikator *reliability* (kehandalan ) sebagian besar responden menunjukkan kategori cukup baik dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 15,40 yang berada pada rentangan skor 15-17.
2. Indikator *responsiveness* (daya tanggap) sebagian besar responden menunjukkan kategori kurang baik dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 12,32 yang berada pada rentangan skor 9-12.
3. Indikator *assurance* (jaminan) ) sebagian besar responden menunjukkan kategori kurang baik dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 17-54 yang berada pada rentangan skor 15-18.
4. Indikator *empathy* (empati) sebagian besar responden menunjukkan kategori kurang baik dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 12,46 yang berada pada rentangan skor 9-12.
5. Indikator *tangibles* (bukti fisik) sebagian besar responden menunjukkan kategori kurang baik dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 13,72 yang berada pada rentangan skor 11-14.

## **2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Perlu adanya perhatian pihak hotel untuk meningkatkan pelaksanaan atau penerapan proses pelayanan yang baik oleh karyawan resepsionis di Premier Basko Hotel Padang seperti, cara memberikan pelayanan yang sopan kepada tamu hotel, dan peraturan karyawan resepsionis harus diterapkan kedisiplinannya agar memberikan layanan yang terbaik.
2. Diharapkan kepada pihak hotel agar menerapkan disiplin tentang pemakaian baju seragam agar karyawan hotel terlihat rapi dan menarik.
3. Diharapkan kepada manajemen hotel agar dapat memberikan pelatihan tentang layanan untuk karyawan resepsionis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Almaida Sri.2005.*Front Office*.Jakarta:Erlangga
- Arikunto, Suharsimi. 2007. *Manajemen Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Handayani Atia.2013.*Resepsionis*.<http://atiahandayani.Blogspot.Com/2012/04.resepsionis.html>
- Kotler dan Armstrong. 2005. *Manajemen Pemasaran*.Jilid 1 dan Edisi ke-11. Jakarta: PT.Index kelompok Gramedia
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo
- Kasana, L Michael. 2013. *Job Deskripsi Reception*.<http://kasana.Blogspot.Com>
- Lastri. 2013. *Komunikasi Efektif*.Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Moenir, H. A. S. 2006. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi aksara.
- Nitisusastoro, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Poerwadarminta, W.J.S. 1982. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Prasetijo, dkk. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi,
- Richard.2009.*Modul Menyediakan Layanan Akomodasi Reception*.Erlangga
- Shadily, Hasan. 1982. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia
- Sinambela, L.P. 2010. *Reformasi Pelayanan Publik;Teori,Kebijakan dan Implementasi*, cetakan kelima Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sugiyono.2009. *Metode Peneltian Kuantitatif,Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.