

SKRIPSI

**PERSEPSI TAMU TERHADAP LAYANAN HOTEL SATRIA
WISATA DI KOTA PAREPARE**



OLEH

**ULFIYAH PUTRI ADHA BACHTIAR
NIM : 202020389320225**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2024

**PERSEPSI TAMU TERHADAP LAYANAN HOTEL SATRIA
WISATA DI KOTA PAREPARE**



OLEH

**ULFIYAH PUTRI ADHA BACHTIAR
NIM: 2020203893202025**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana ekonomi (S. E)
pada Program Studi Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI PARIWISATA SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2024

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Persepsi Tamu Terhadap Layanan Hotel Satria
Wisata Di Kota Parepare
Nama Mahasiswa : Ulfiyah Putri Adha Bachtiar
Nomor Induk Mahasiswa : 2020203893202025
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Pariwisata Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B.5790/In.39/FEBI.04/PP.00.9/11/2023

Disetujui oleh Komisi Pembimbing:

Pembimbing Utama : Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I. (.....
NIP : 19700627 200501 1 005
Pembimbing Pendamping : Adhitia Pahlawan Putra, M.Par. (.....
NIP : 19921110 202012 1 015

Mengetahui

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

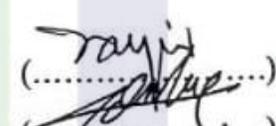
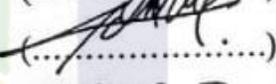
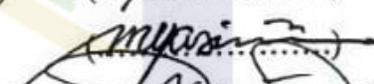
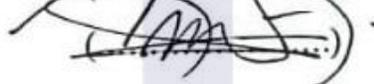


Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Persepsi Tamu Terhadap Layanan Hotel Satria Wisata di Kota Parepare
Nama Mahasiswa : Ulfiyah Putri Adha Bachtiar
Nomor Induk Mahasiswa : 2020203893202025
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Pariwisata Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B.5790/In.39/FEBI.04/PP.00.9/11/2023
Tanggal Kelulusan : 16 Juli 2024

Disahkan oleh Komisi Penguji:

Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I. (Ketua) 
Adhitia Pahlawan Putra, M.Par. (Sekretaris) 
Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd (Anggota) 
Mustika Syarifuddin, M.Sn (Anggota) 

Mengetahui :

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ
وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT. atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini sebagai salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibunda tercinta (Marhamah Muhammadiyah), terima kasih atas doa, dukungan, dan nasihat yang tiada henti. Meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, penulis sangat menghargai kesabaran dan kebesaran hati Ibunda dalam menghadapi sifat keras kepala penulis. Dan untuk yang tersayang Ayahanda (Bachtiar Muchtar), terima kasih atas kerja keras dan pengorbanan selama ini dalam memenuhi kebutuhan penulis. Walaupun beliau tidak berkesempatan menempuh pendidikan hingga bangku perkuliahan, namun beliau berhasil mendidik, memotivasi, dan memberi dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan studi ini. Serta saudara(i) ku yang senantiasa memberi semangat, dukungan, dan doa-doanya sehingga peneliti berusaha sebaik mungkin untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan bimbingan yang diberikan oleh Bapak Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I. Selaku pembimbing utama dan Bapak Adhitia Pahlawan Putra, M.Par. Selaku pembimbing kedua. Atas bimbingan dan bantuan yang diberikan, penulis ucapkan banyak terima kasih. Penyusunan skripsi ini juga banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih

sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah berusaha menjadikan IAIN Parepare menjadi kampus yang lebih baik dan maju.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Mustika Syarifuddin, M.Sn. selaku ketua Proram studi Pariwisata Syariah
4. Bapak dan Ibu dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah meluangkan waktunya untuk mendidik dan memberikan ilmu pengetahuannya selama proses perkuliahan di IAIN Parepare
5. Bapak Ibu Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dan memberikan informasi terkait akademik
6. Kepada semua pihak yang terlibat dalam penelitian baik pengelola staf di Hotel Satria Wisata Kota Parepare dan Kepala Dinas Lingkungan Hidup Kota Parepare
7. Muhammad Luthfi Bahtiar yang selalu menemani dalam keadaan suka maupun duka dari awal perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih telah menjadi *support system* terutama pada hari-hari sulit selama pengerjaan skripsi. Kesediaan mendengarkan keluh kesah dan semangat yang diberikan sangat berarti bagi penulis
8. Kepada semua pihak yang telah membantu yaitu Saudara(i) Pariwisata Syariah angkatan 20 terkhususnya kepada sahabat-sahabat seperjuangan saya yaitu Wulan Pratiwi, Satria Dwi Putri, dan Junita Jufri, mereka memberikan banyak dukungan dan bantuan kepada penulis dari awal perkuliahan hingga selesai nya tugas akhir ini.

Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak yang telah membaca skripsi ini guna memberikan perbaikan-perbaikan dimasa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Akhir kata sebagai penutup, penulis mengucapkan banyak banyak terima kasih semoga bermanfaat baik bagi penulis maupun pembaca.

Parepare, 16 Mei 2024
9 Zulhijah1445H

Penulis



ULFIYAH PUTRI ADHA BACHTIAR
NIM:2020203893202025



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ulfiyah Putri Adha Bachtiar
NIM : 2020203893202025
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 22 Februari 2002
Program Studi : Pariwisata Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Persepsi Tamu Terhadap Layanan Hotel Satria Wisata Di
Kota Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri, Apabila di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikasi, tiruan, plagiat, atau di buat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang di peroleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 16 Juni 2024
9 Zulhijah1445H

Penulis



ULFIYAH PUTRI ADHA BACHTIAR
NIM:2020203893202025

ABSTRAK

ULFIYAH PUTRI ADHA BACHTIAR. *Persepsi Tamu Terhadap Layanan Hotel Satria Wisata Di Kota Parepare*. (dibimbing oleh Bapak H Mukhtar Yunus dan Bapak Adhitia Pahlawan Putra).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem pelayanan yang diterapkan di Hotel Satria Wisata Kota Parepare dan persepsi tamu terhadap kualitas layanannya.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Sumber data primer diperoleh melalui Informan yang terdiri dari beberapa pihak, yaitu HRD Hotel Satria Wisata, sekitar tiga orang staf hotel, serta tamu yang pernah menginap di Hotel Satria Wisata. Sedangkan data sekunder didapatkan dari literatur terkait Persepsi Tamu terhadap layanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare, serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sekarang. Teknik pengolahan dan analisis data yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

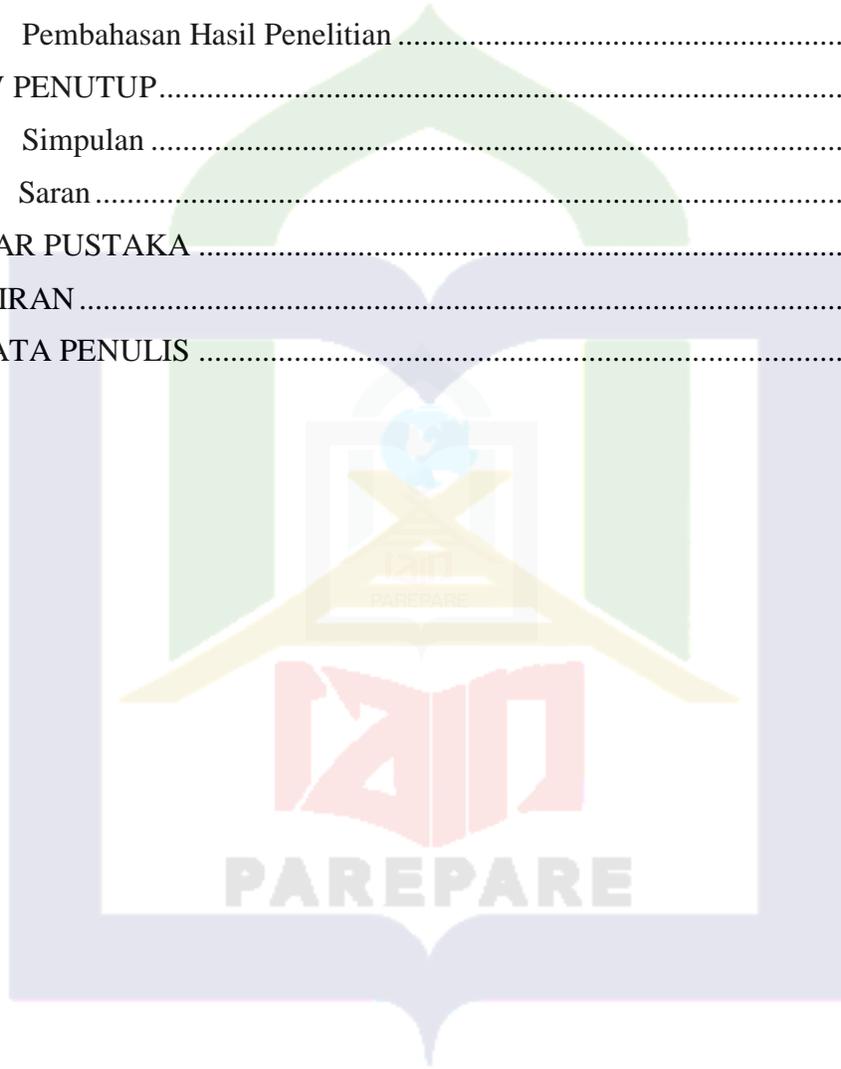
Hasil penelitian menunjukkan (1) bahwa Hotel Satria Wisata menerapkan sistem pelayanan yang mengacu pada lima dimensi SERVQUAL: daya tanggap, empati, keandalan, bukti fisik, dan jaminan. Hotel ini memiliki SOP pelayanan dan standar waktu yang jelas untuk proses check-in dan check-out, memprioritaskan kerahasiaan informasi tamu, serta fokus pada modernisasi sistem dan kebersihan lingkungan. (2) Persepsi tamu terhadap kualitas layanan hotel umumnya positif, ditinjau dari aspek kognitif, afektif, dan konatif. Tamu menilai proses check-in efisien, informasi yang diberikan akurat, dan fasilitas kamar nyaman. Secara SERVQUAL, tamu merasakan keramahan staf dan kepuasan terhadap layanan. Dari segi konatif, tamu menunjukkan kecenderungan untuk merekomendasikan hotel, meskipun ada beberapa saran perbaikan.

Kata Kunci: Persepsi Tamu, Layanan, Hotel Satria Wisata

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
DAFTAR ISI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Penelitian Relevan	8
B. Tinjauan Teori.....	9
C. Kerangka Konseptual.....	23
D. Kerangka Pikir	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	27
C. Fokus Penelitian.....	27
D. Jenis dan Sumber Data.....	27

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	29
F. Uji Keabsahan Data	30
G. Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Hasil Penelitian	33
B. Pembahasan Hasil Penelitian	41
BAB V PENUTUP.....	56
A. Simpulan	56
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	I
BIODATA PENULIS	II



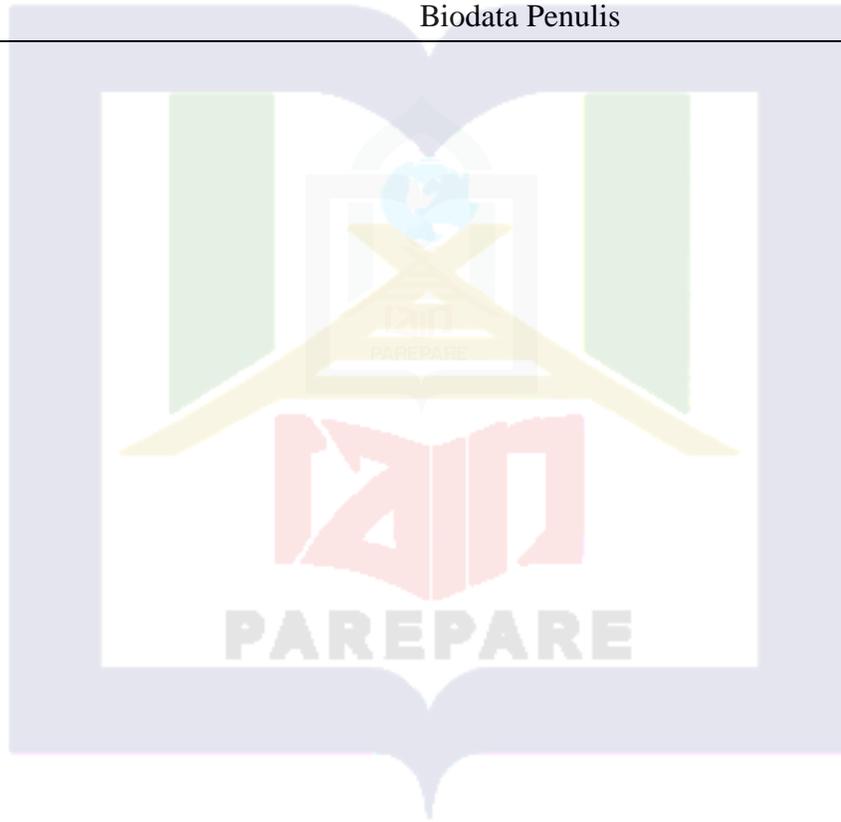
DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Pikir	25



DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran
1	Pedoman Wawancara
2	Surat Keterangan Wawancara Staf dan Tamu Hotel Satria Wisata Kota Parepare
3	Surat Izin Meneliti dari IAIN Parepare
4	Surat Izin dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare
5	Surat Selesai Meneliti
6	Dokumentasi
7	Biodata Penulis



TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

1. Transliterasi

a. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang pada sistem penulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya kedalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	Tedanha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kadanha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	Dedanha

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Shad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	·	Koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (,).

b. Vokal

- 1) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasi sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Fathah	A	A
ا	Kasrah	I	I
ا	Dammah	U	U

- 2) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ	Fathah dan ya	Ai	Adani
وَ	Fathah dan wau	Au	Adanu

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *hauila*

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat Dan Huruf	Nama	Huruf Dan Tanda	Nama
اَ/آ	Fathah dan alif atau Ya	Ā	A dan garis di atas
إِ	kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
أُ	Dammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *mata*
رَمَى : *rama*
قِيلَ : *qila*
يَمُوتُ : *yamutu*

d. *Ta' Marbutah*

Transliterasi untuk *ta' marbutah* ada dua, yaitu: *ta' marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfa*
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madinah al-fadilah*
الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

e. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkandengan sebuah tanda tasydid (ـّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbanaa</i>
نَجِينَا	: <i>najjainaa</i>
الْحَقّ	: <i>al-haqq</i>
نُعَمّ	: <i>nu“ima</i>
عَدُوّ	: <i>‘aduwwun</i>

Jika huruf ى bertasydid diakhiri sebuah kata dan didahului oleh huruf Kasrah (ـِـ), maka ia transliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَلِيّ	: <i>‘Ali</i> (bukan <i>‘Aliyy</i> atau <i>‘Aly</i>)
عَرَبِيّ	: <i>‘Arabi</i> (bukan <i>‘Arabiyy</i> atau <i>‘Araby</i>)

f. **Kata Sandang**

Kata sandang dalam tulisan bahasa Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan oleh garis mendatar (-),

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalalah* (*az-zalzalalah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilaadu*

g. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof ('), hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : ta'muruna

النَّوْعُ : al-nau'

سَيِّئٌ : syai'un

أُمِرْتُ : umirtu

h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang di transliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibukukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut catatan literasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasikan secara utuh. Contoh:

Fīzilāl al-qur'an

Al-sunnahqablal-tadwin

Al-ibāratbi ‘umumal-lafz̄lābikhususal-sabab

i. Lafzal-Jalala (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللهِ *billah* دِينُ اللهِ *dinullah*

Adapun *ta’ marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللهِ *hum fi rahmatillah*

j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, alam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wamā Muhammadunillārasūl

Innaawwalabaitinwudi ‘alinnāsilalladhībiBakkatamubārakan

SyahruRamadanal-ladhīunzilafihal-Qur’an

Nasiral-Dinal-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd*, *Abū al- Walīd Muhammad* (bukan: *Rusyd*, *Abūal-Walid Muhammad Ibnu*)

Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: *Abū Zaid*, *Naṣr Ḥamīd* (bukan: *Zaid*, *Naṣr Ḥamīd Abū*)

k. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānahūwata ‘āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu ‘alaihiwa sallam</i>
a.s.	=	<i>‘alaihi al-sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
QS.../...4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

	صفحة
و	بدون مكا ن
معى	صلى الله عليه وسلم
	طبعة
	بدون نا

ن
ش
لخ
إلى آخره
ها/إلى آخره

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed.: Editor (atau, eds [dari kata editors] jika lebih dari satu editor), karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

Et al.: “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*).

Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dankawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Vol.: Volume, Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.

No.: Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berskala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia mempunyai potensi wisata yang besar berkat keberagaman suku, adat istiadat, budaya dan keindahan alamnya. Untuk mengembangkan sektor ini, pemerintah perlu menyediakan infrastruktur pendukung seperti akomodasi, transportasi, fasilitas promosi, serta tenaga kerja yang berkualitas dan berpengetahuan di bidang pariwisata.

Menurut UU No. 10 Tahun 2009, pariwisata diartikan sebagai berbagai kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas dan pelayanan dari berbagai pihak, antara lain masyarakat, pengusaha, serta pemerintah pusat dan daerah.

Seiring berkembangnya industri pariwisata, diperlukan sarana dan prasarana yang memadai untuk menarik wisatawan dan melengkapi pengalaman perjalanannya. Salah satu komponen terpenting dalam hal ini adalah akomodasi, dan hotel adalah contoh utamanya.¹

Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor PM. 53/HM.001/MPEK/2013 tentang Standar Usaha Hotel, yang dimaksud hotel adalah “usaha penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan”. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yang dimaksud dengan hotel adalah “bangunan berkamar banyak yang disewakan sebagai tempat untuk menginap. Hotel merupakan tempat makan, minum, beristirahat bagi orang-orang yang sedang atau selesai dalam perjalanan”. Hotel juga merupakan bentuk akomodasi yang dikelola secara

¹ Rantius Hendra, ‘Analisis Persepsi Tamu Yang Menginap Terhadap Kualitas Pelayanan Petugas Kantor Depan Di Hotel Pangeran Beach Padang (Studi Kasus Tamu Pria Dan Wanita)’, *Pariwisata Bunda*, 1. No.1 (2020), hal 30–40.

komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, penginapan, makan dan minum.²

Perhotelan tidak dapat dipisahkan dari pariwisata. Kegiatan kepariwisataan harus ditunjang akomodasi perhotelan yang bagus. Akomodasi sejalan dengan mata rantai kegiatan wisata di daerah. Wisatawan akan memerlukan tempat tinggal untuk sementara selama dalam perjalanan agar dapat beristirahat dengan menyenangkan. Adanya sarana akomodasi, maka akan mendorong wisatawan untuk berkunjung dan menikmati objek dan daya tarik wisata di daerah dengan waktu yang relatif lebih lama. Informasi mengenai akomodasi akan mempengaruhi penilaian wisatawan tentang pilihan jenis akomodasi, baik jenis fasilitas dan pelayanan yang diberikan, tingkat harga, jumlah kamar yang tersedia, maupun pemandangan alam yang disajikan oleh pihak hotel.³

Hotel merupakan suatu organisasi yang bergerak di bidang jasa dengan fokus kegiatannya adalah untuk melayani tamu hotel melalui pelayanan yang berkualitas. Hotel diharuskan memiliki bentuk pelayanan yang terbaik untuk ditawarkan kepada tamu hotelnya agar tamu hotelnya memilih jasanya. Untuk memberikan pelayanan terbaik, setiap hotel berusaha menciptakan ide-ide kreatif dan inovatif guna menarik lebih banyak tamu. Persaingan antar hotel dalam menyediakan layanan berkualitas dengan harga terjangkau dapat dilihat dari kemudahan tamu mendapatkan informasi tentang hotel tersebut.⁴

Pelayanan yang berkualitas membuat pelanggan merasa dihargai dan istimewa. Kualitas pelayanan dapat dinilai sendiri oleh pelanggan berdasarkan

² Amalia Susepti, et al., eds., 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Tamu Hotel (Studi Tentang Persepsi Tamu Hotel Mahkota Plengkung Kabupaten Banyuwangi)', *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 50 No 4 (2017), h 28-29.

³ Dwi Hanadya, et al., eds., 'Penerapan Standar Operasional Prosedur Pelayanan Food & Beverage Service Di Express Restaurant', *Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, Vol. 1, No. 5 (2023), h 47.

⁴ Amalia Susepti, et al.

berbagai aspek seperti ketepatan waktu, kerapian ruangan, kelengkapan fasilitas, ketersediaan informasi, dan keramahan petugas.

Memberikan pelayanan yang baik sangat penting untuk mencegah kekecewaan pelanggan. Dalam industri perhotelan, kualitas pelayanan tercermin dari kebersihan kamar dan area publik, kenyamanan yang dirasakan tamu selama menginap, serta sikap staf hotel yang ramah dan tanggap dalam memenuhi kebutuhan tamu.

Kepuasan pelanggan tergantung pada sejauh mana layanan yang diterima memenuhi atau melampaui harapan mereka. Jika pelayanan melebihi harapan maka dianggap unggul. Sebaliknya jika pelayanan dibawah harapan maka akan dipersepsikan sebagai pelayanan yang buruk.

Oleh karena itu, hotel perlu konsisten dalam memberikan pelayanan berkualitas tinggi untuk menjamin kepuasan pelanggan dan membangun reputasi yang baik.⁵

Persepsi merupakan penafsiran seseorang terhadap suatu pengalaman, peristiwa, atau hubungan, yang didasarkan pada penyimpulan informasi dan penafsiran pesan-pesan yang diterima. Dalam konteks industri perhotelan, manajemen berusaha meningkatkan jumlah kunjungan dengan memberikan pelayanan optimal yang sesuai dengan persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan hotel.

Persepsi terbentuk dari beberapa dimensi antara lain pengetahuan, motivasi, harapan, lingkungan, kedekatan, dan suasana hati. Pandangan tamu mengenai kelebihan dan kekurangan suatu hotel secara tidak langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasannya.

Selain itu, persepsi dapat berfungsi sebagai alat promosi yang efektif bagi hotel. Tamu yang memiliki persepsi positif cenderung akan merekomendasikan hotel tersebut kepada kerabat atau kenalannya yang berencana menginap.

⁵ Maya Viana, 'Persepsi Pelanggan Terhadap Pelayanan Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru' (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2010). h 5-6

Sebaliknya, persepsi negatif dapat mengakibatkan dampak dari mulut ke mulut yang kurang menguntungkan bagi hotel. Oleh karena itu, memahami dan mengelola persepsi tamu merupakan aspek krusial dalam strategi pemasaran dan peningkatan kualitas layanan hotel.⁶

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti melalui google dan beberapa tamu yang pernah menginap mengatakan terkait pelayanan Hotel Satria Wisata, bahwa persepsi pelanggan di Hotel Satria Wisata tidak lepas dari perbedaan persepsi yang terjadi berdasarkan pengalaman, dan layanan yang didapatkan di hotel tersebut. Adapun kendala dari hotel ini adalah air panas yang tidak berfungsi maksimal, bangunan hotel yang sudah tua dan kurang terawat, house keeping kamar kurang bersih. Dan juga beberapa peralatan yang sudah cukup lama. Sedangkan kelebihan Hotel Satria Wisata yaitu memiliki kolam renang tidak hanya untuk dewasa namun tersedia juga kolam untuk anak-anak, memiliki restoran dengan berbagai macam menu dan satu-satunya hotel yang menyediakan makanan eropa yaitu steak, restoran yang terletak di *outdoor* sehingga bisa menikmati pemandangan yang indah menghadap ke laut sambil menyantap makanan, Hotel Satria juga memiliki mini market sehingga memudahkan tamu untuk berbelanja. Hotel Satria Wisata juga menyediakan permainan biliard, memiliki parkir yang cukup luas untuk roda dua maupun roda empat.

Perbedaan persepsi yang terjadi terhadap pelanggan Hotel Satria Wisata tidak lepas dari pengalaman, pengetahuan, letak geografis dan juga layanan yang baik di Hotel tersebut. Dengan persepsi yang berbeda dapat menimbulkan kelompok-kelompok, misalnya sebagian pelanggan melihat pelayanan yang diberikan di Hotel Satria Wisata bagus, cepat, tepat, dan profesional dan sebagian melihat pelayanan Hotel Satria Wisata tersebut kurang profesional, tidak disiplin, kurang mampu dan lain sebagainya. Begitu juga dengan persepsi pelanggan

⁶ Desak Komang Selly Sutrisna Dewi., 'Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan Hotel Naya Gawana Resort And Spa', *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 5, No.1 (2017), hal 2.

terhadap pelayanan Hotel Satria Wisata selama ini, persepsi yang timbul dapat berbagai bentuk baik itu bersifat positif maupun negatif.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para tamu puas terhadap layanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi pembedaan ketika mereka menjual produk yang sama. Seperti yang dikatakan Orilio “Layanan yang baik akan menyelamatkan makanan yang tak enak. Sebaliknya hidangan utama yang lezat tidak menjamin dan dapat menyelamatkan layanan yang buruk”. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan.⁷

Pelanggan akan memakai jasa perusahaan apabila mereka tertarik dan merasa cocok, oleh karena itu, sejatinya pelayanan yang diberikan harus memenuhi metode SERVQUAL yang meliputi *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Empati). Berdasarkan hasil pengamatan peneliti melalui google dan beberapa tamu yang pernah menginap, Hotel Satria Wisata belum sepenuhnya memenuhi standar metode SERVQUAL, bangunan yang tua dan kurang terawat, serta peralatan yang sudah lama, menunjukkan kekurangan dalam aspek *Tangibles*. Air panas yang tidak berfungsi maksimal mengindikasikan masalah dalam *Reliability*, sementara kebersihan kamar yang kurang optimal menunjukkan kelemahan dalam aspek *Assurance*. Hal-hal ini dapat mempengaruhi persepsi tamu terhadap kualitas layanan hotel secara keseluruhan, sehingga menarik untuk diteliti lebih lanjut bagaimana persepsi tamu terhadap layanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare.

⁷ Ari Budi Sulistiono., ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap (Studi Pada Tamu Hotel Srandol Indah Semarang)’ (Universitas Diponegoro, 2010). Hal 16

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti merumuskan beberapa permasalahan yaitu :

1. Bagaimana sistem pelayanan yang diterapkan di Hotel Satria Wisata Kota Parepare?
2. Bagaimana persepsi tamu terhadap kualitas layanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini jika dikaitkan dengan rumusan masalah tersebut diatas adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana sistem pelayanan yang diterapkan di Hotel Satria Wisata Kota Parepare
2. Untuk mengetahui bagaimana persepsi tamu terhadap kualitas layanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meberikan manfaat bagi :

1. Secara Teori
 - a. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi IAIN Parepare khususnya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam untuk memberikan refrensi atau informasi yang berhubungan dengan apa yang diteliti
 - b. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan menambah wawasan, memberikan sumbangsih pemikiran mengenai pelelangan serta menambah literature atau bahan-bahan informasi ilmiah yang dapat digunakan untuk melaksanakan kajian dan penelitian selanjutnya.

c. Bagi Peneliti

Memberikan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam melakukan penulisan, analisis, dan permasalahan yang terkait dengan apa yang diteliti. Sekaligus sebagai bahan perbandingan teori yang diperoleh dibangku kuliah dengan keadaan di lapangan.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini dapat diharapkan menjadi salah satu sumbangan pemikiran serta bahan masukan bagi siapapun yang membaca baik wisatawan maupun pengelola Hotel Satria Wisata Kota Parepare



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Sepanjang penelusuran referensi yang dilakukan oleh peneliti. Peneliti menemukan penelitian yang berkaitan dengan topik yang dibahas, terdapat beberapa penelitian yang relevan dengan variabel yang peneliti teliti sekarang. Ada tiga penelitian yang peneliti pilih untuk dicantumkan pada tinjauan hasil penelitian yang relevan.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Maya Viana Mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2010 dengan Judul Penelitian “Persepsi Pelanggan Terhadap Pelayanan Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru”. Melihat dari hasil penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang memiliki perbedaan. Perbedaannya adalah pada penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif untuk analisis data, sedangkan penelitian sekarang menggunakan metode kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang pengalaman dan persepsi tamu terhadap layanan hotel.⁸

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Alya Gilang Komara Mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2005 dengan judul penelitian “Analisis Kualitas Pelayanan Hotel Hyatt Regency Yogyakarta Terhadap Kepuasan Konsumen”. Melihat dari hasil penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang memiliki perbedaan. Penelitian sebelumnya bertujuan untuk melihat sejauh mana pelanggan puas dengan layanan yang mereka terima, sementara penelitian sekarang lebih fokus pada cara kerja layanan di hotel dan faktor-faktor yang mempengaruhi pandangan tamu tentang kualitasnya.⁹

⁸ Maya Viana, ‘Persepsi Pelanggan Terhadap Pelayanan Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru’ (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2010).

⁹ Alya Gilang Komara, ‘Analisis Kualitas Pelayanan Hotel Hyatt Regency Yogyakarta Terhadap Kepuasan Konsumen (Dengan Metode Servqual)’ (Universitas Islam Indonesia, 2005).

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Mutmainna Mahasiswi Program Studi D3 Manajemen Industri Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Amsir 2002 dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Satria Wisata”. Dari hasil penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang memiliki persamaan yaitu objek yang diteliti yaitu Hotel Satria Wisata dan Metode yang digunakan peneliti sebelumnya yaitu observasi dan wawancara dimana peneliti juga menggunakan metode observasi dalam penelitiannya.¹⁰

B. Tinjauan Teori

Penelitian ini akan menggunakan suatu bangunan kerangka teoritis atau konsep konsep yang menjadi *grand teori* dalam menganalisis permasalahan penelitian yang telah dibangun sebelumnya. Adapun tinjauan teori yang digunakan adalah:

1. Teori Pelayanan

Pelayanan adalah tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Pelayanan bersifat tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan. Ini berarti pihak yang menerima pelayanan mendapatkan manfaat atau nilai, tetapi tidak memiliki sesuatu yang fisik sebagai hasil dari pelayanan tersebut.¹¹

Dalam industri perhotelan, kata “layanan” berarti sistem pengukuran yang memberikan tingkat kenyamanan yang tinggi dan memuaskan kebutuhan konsumen. Setiap tahun permintaan dan persyaratan untuk layanan pada hotel semakin meningkat. Jika semakin

¹⁰ Mutmainna Mutmainna, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Satria Wisata’, *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan*, 9 no 1 (2022).

¹¹ Nina Noviasuti & Desy Agustina Cahyadi., ‘Peran Reservasi Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Tamu Di Hotel Novotel Lampung’, *Jurnal Nusantara (Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Perhotelan)*, Vol.3 No.1 (2020), hal 34.

tinggi kualitas layanan maka semakin tinggi pula citra hotel menarik bagi konsumen.¹²

Ada beberapa faktor yang menyebabkan timbulnya pelayanan yaitu:

1. Adanya rasa cinta dan kasih sayang. Cinta dan kasih sayang membuat manusia bersedia mengorbankan apa yang ada padanya sesuai kemampuannya, diwujudkan menjadi layanan dan pengorbanan dalam batas ajaran agama, norma, sopan santun, dan kesusilaan yang hidup dalam masyarakat.
2. Adanya keyakinan untuk saling tolong menolong sesamanya. Rasa tolong menolong merupakan gerak naluri yang sudah melekat pada manusia. Apa yang dilakukan oleh seseorang untuk orang lain karena diminta oleh orang yang membutuhkan pertolongan hakikatnya adalah pelayanan, disamping ada unsur pengorbanan, namun kata pelayanan tidak pernah digunakan dalam hubungan ini.
3. Adanya keyakinan bahwa berbuat baik kepada orang lain adalah salah satu bentuk amal. Inisiatif berbuat baik timbul dari orang yang bukan berkepentingan untuk membantu orang yang membutuhkan bantuan, proses ini disebut pelayanan.

Pelayanan adalah suatu kegiatan yang memberikan pelayanan kepada pelanggan atau konsumen. Dalam jasa pelayanan tidaklah cukup hanya dengan melakukan proses administrasi dengan cepat, tetapi juga bagaimana memperlakukan para konsumen yang dapat melihat cara kita melayani sebaik mungkin cara menumbuhkan kesan atau persepsi yang positif dari pihak konsumen.

Sistem pelayanan yang baik terdiri dari tiga elemen, yakni:

- a. Strategi pelayanan, suatu strategi untuk memberikan layanan dengan mutu yang sebaik mungkin kepada para pelanggan.

¹² Amelia Pulukadang, et al., eds, 'Pengaruh Faktor-Faktor Psikologis Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Quality Manado', *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 21. N (2021), Hal 2.

- b. Sumber daya manusia yang memberikan layanan.
- c. Sistem pelayanan, prosedur atau tata cara untuk memberikan layanan kepada para pelanggan yang melibatkan seluruh fasilitas fisik yang memiliki dan seluruh sumber daya manusia yang ada.¹³

Di era persaingan bisnis yang semakin ketat, industri perhotelan dituntut untuk mampu memberikan layanan yang dapat memenuhi bahkan melampaui harapan tamu. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan perspsi positif dari tamu yang pada akhirnya dapat menumbuhkan loyalitas dan mendorong kunjungan berulang. Sebaliknya, persepsi negatif terhadap layanan hotel dapat berdampak buruk pada reputasi dan keberlangsungan bisnis hotel.

Para peneliti seperti Parasuraman, et al. Menyatakan bahwa kulaitas pelayanan yang tinggi menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi pula. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan. Namun apabila pelanggan mendapati bahwa pelayanan yang diterima itu tidak sesuai atau berada di bawah harapan pelanggan, maka pelayanan dapat dianggap tidak berkualitas dan mengecewakan.¹⁴

Menurut Sulastiyono penilaian terhadap kualitas pelayanan ditentukan oleh tamu sebagai pemakai jasa pelayanan tersebut. Dengan kata lain, kualitas pelayanan adalah merupakan nilai terbaik dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan dapat diciptakan dengan terlebih dahulu mengidentifikasi ekspektasi tamu tentang pelayanan yang dibutuhkan dan diinginkannya, kemudian disesuaikan dengan pelayanan yang dibutuhkan dan

¹³ Mulyanto Nugroho & Abdul Halik, 'Penerapan Standar Pelayanan Publik Pada Kelurahan Di Wilayah Kota Kediri', *Jurnal Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, Vol. 1, No (2016), hal 254.

¹⁴ Adi, A. F. R., & Yoestini, Y. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semara ng)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis). (2012) hal 56

diinginkanya, kemudian disesuaikan dengan pelayanan yang akan disediakan oleh hotel.¹⁵

Kualitas pelayanan sebagai tolak ukur seberapa baik tingkat layanan yang diberikan dapat sesuai ekspektasi konsumen. Menurut definisi tersebut, kualitas pelayanan dilihat dari kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasinya.

Kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan pengiriman untuk mengimbangnya harapan konsumen, yaitu kesesuaian antara harapan dan persepsi manajemen terdapat kecocokan antara persepsi harapan konsumen dengan standar kerja pegawai, terdapat kesesuaian antara standar kerja pegawai dengan pelayanan yang diberikan disediakan dengan layanan yang dijanjikan dan kompatibilitas antara layannya yang diterima dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.¹⁶

Dalam pengimplementasiannya, kualitas pelayanan memerlukan beberapa dimensi sebagai tolak ukur keefektifan dan keefisienan pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, James A. Fitzmmons dan Mona J. Fitzmons dalam Sulastiyono menjelaskan bahwa tamu akan menilai kualitas pelayanan melalui lima prinsip dimensi pelayanan sebagai tolak ukurnya.¹⁷ Salah satu pendekatan dalam mengukur kualitas pelayanan jasa yang dapat digunakan adalah dengan model SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry. Model ini sebagaimana dijelaskan oleh Kotler yang dialih

¹⁵ Aini, S. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada tamu Hotel Ollino Garden Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University). (2013). Hal 3

¹⁶ Dian Ekaa, Yulia Hamdani Putri, "Kualitas Pelayanan Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, Menurut Sunyonto (2012), Vol.16 Nomor 2, 2018. Hal 20

¹⁷ Aini, S. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada tamu Hotel Ollino Garden Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University). (2013) hal 2-3

bahasakan oleh Benyamin Molan telah mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan jasa sebagai dasar pengukuran, yaitu:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)
 - Penyediaan fasilitas kamar yang bersih, rapi, dan dilengkapi dengan perlengkapan yang memadai
 - Lingkungan hotel yang tenang, aman, dan nyaman untuk menginap
 - Penjagaan privasi dan keamanan tamu selama menginap.
2. Empati (*Empathy*)
 - Kepedulian karyawan terhadap kebutuhan khusus tamu, seperti penyediaan akses bagi tamu berkebutuhan khusus
 - Mendengarkan keluhan tamu dengan penuh perhatian dan mencari solusi yang memuaskan.
 - Memberikan rekomendasi restoran atau tempat wisata berdasarkan minat spesifik tamu
3. Keandalan (*Reliability*)
 - Pelayanan yang akurat dan sesuai dengan permintaan tamu, seperti pesanan makanan dan minuman yang tepat.¹⁸
 - Informasi yang diberikan kepada tamu harus benar dan terpercaya
 - Perhitungan tagihan yang akurat dan sesuai dengan layanan yang diterima tamu
4. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
 - Pelayanan check-in dan check-out yang cepat dan tidak membuat tamu menunggu terlalu lama.¹⁹
 - Karyawan yang tanggap dalam merespons permintaan tamu
 - Penangan keluhan atau masalah dengan cepat

¹⁸ Sri sulartiningrum Sugiarto Endar, *Pengantar Akomodasi Dan Restoran* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001). Hal 24-30

¹⁹ Agus Sulastiyono, *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*, alfabeta (Bandung, 2011).

5. Jaminan (*Assurance*)

- Penerimaan tamu dengan sambutan yang ramah, senyuman dan sikap yang sopan dari karyawan hotel
- Komunikasi yang santun dan menggunakan bahasa yang baik dalam melayani tamu
- Kemampuan untuk menanggapi pertanyaan atau permintaan pelanggan dengan cepat dan akurat.²⁰

Dalam konteks pelayanan, Islam mengajarkan pentingnya memberikan pelayanan yang baik dan bermanfaat bagi sesama. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S Ali' Imran ayat 159 :

لَهُمْ وَاسْتَعِزَّ عَنْهُمْ فَاعْفُ حَوْلَكَ مِنْ لَانْفِضُوا الْقَلْبِ عَلَيْنِظَ فَظًا كُنْتَ وَلَوْ لَهُمْ لَنْتَ اللَّهُ مِّن رَّحْمَةٍ فَبِمَا الْمُتَوَكِّلِينَ يُحِبُّ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ فِتْوَاكَ كُلِّ عَزَمْتَ فَإِذَا الْأَمْرِ فِي وَشَاوَرُهُمْ

Terjemahnya:

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”

Dalam perspektif Islam, pelayanan yang baik tidak hanya dipandang sebagai strategi bisnis, tetapi juga sebagai implementasi akhlak mulia. Al-Qur'an mengajarkan pentingnya bersikap lemah lembut dan bertutur kata yang baik dalam berinteraksi dengan orang lain. Hal ini sangat relevan dengan konsep pelayanan dalam industri perhotelan, di mana keramahan, kesabaran, dan kemampuan berkomunikasi yang baik menjadi kunci utama dalam memberikan pengalaman yang memuaskan bagi tamu. Ayat ini juga menekankan pentingnya memaafkan kesalahan

²⁰ Rina Oktavia, ‘Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kesesuaian Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Santika Bogor’ (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ipwi Jakarta, 2015).

dan bermusyawarah dalam menyelesaikan masalah, yang sejalan dengan prinsip manajemen keluhan dalam pelayanan hotel.

Konsep pelayanan dalam Islam tidak hanya terbatas pada interaksi antara karyawan dan tamu, tetapi juga mencakup hubungan antara manajemen dan karyawan. Manajemen hotel yang menerapkan nilai-nilai Islam diharapkan untuk memperlakukan karyawan mereka dengan adil, memberikan upah yang layak, dan menciptakan lingkungan kerja yang positif dan mendukung. Hal ini pada gilirannya akan mendorong karyawan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada tamu.

Pelayanan yang memuaskan yang diberikan oleh karyawan tentu akan menjadi dasar penilaian oleh pelanggan terhadap kinerja perusahaan itu sendiri. Pelayanan terhadap publik akan menjadi suatu tolak ukur kinerja bagi suatu organisasi pemerintah. Begitu juga pada suatu perusahaan dalam industri perhotelan, pelanggan (tamu) akan menilai kinerja suatu hotel berdasarkan layanan yang diberikan oleh karyawan.²¹

a. Sistem Pelayanan

Sistem pelayanan dalam industri perhotelan adalah serangkaian aktivitas terkoordinasi yang melibatkan berbagai sumber daya untuk memberikan pengalaman yang memuaskan bagi tamu. Sistem ini mencakup beberapa komponen utama :

- Sumber Daya Manusia Karyawan merupakan aset utama dalam memberikan pelayanan berkualitas. Hotel perlu merekrut, melatih, dan mempertahankan karyawan yang memiliki pengetahuan, keterampilan, sikap ramah, serta pemahaman mendalam tentang kebutuhan tamu, pelatihan berkala penting

²¹ Yogo Ismail, 'Kompetensi, Pelayanan Prima Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja', *Jeamm*, Vol,1. No. (2019), Hal 4.

untuk meningkatkan kompetensi seperti manajemen keluhan, komunikasi efektif, dan peka budaya.

- Standar Operasional Prosedur (SOP) adalah pedoman tertulis yang mendefinisikan proses kerja dalam semua departemen hotel agar layanan berjalan konsisten dan efisien. Misalnya SOP check-in/out, layanan kamar, reservasi, keamanan, penanganan barang bawaan, dan lain-lain.
- Fasilitas Fisik Meliputi bangunan hotel, interior kamar, restoran, pusat kebugaran, area publik, dan semua aspek fisik yang mendukung kenyamanan serta pengalaman tamu. Pemeliharaan dan kebersihan fasilitas harus dijaga dengan baik.
- Teknologi Informasi Sistem manajemen properti, reservasi online, Wi-Fi, kios self check-in/out serta teknologi lain yang mempermudah operasional dan meningkatkan layanan bagi tamu
- Manajemen Keluhan dan Umpan Balik Proses untuk menangani keluhan dengan cepat, serta mekanisme mengumpulkan umpan balik seperti survei untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan.
- Koordinasi Interdepartemen Kolaborasi dan alur komunikasi yang lancar antar departemen front office, housekeeping, F&B, engineering, keamanan, dll untuk memberikan layanan terpadu.
- Budaya dan Kepemimpinan Budaya organisasi yang memprioritaskan kepuasan tamu serta kepemimpinan yang mendorong pemberian layanan prima sangat penting dalam sistem ini.

Untuk mengoperasikan sistem secara efektif, diperlukan siklus perencanaan, pengorganisasian sumber daya, pengarahan atau pelaksanaan, serta pengendalian dan evaluasi yang ketat. Tujuannya untuk memastikan standar layanan terjaga dan memberikan pengalaman memuaskan bagi setiap tamu. Manajemen juga perlu

memantau tren dan harapan tamu secara berkelanjutan untuk meningkatkan sistem pelayanan agar tetap kompetitif dan unggul di pasar. Pelatihan karyawan, pemeliharaan fasilitas, serta inovasi teknologi menjadi kunci utama keberhasilan.²²

1. Teori Persepsi

Secara etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris perception berasal dari bahasa latin perceptio, dari percipere, yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi (*sensory stimuli*).²³

Persepsi berlangsung saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk ke dalam otak. Didalamnya terjadi proses berpikir yang pada akhirnya terwujud dalam sebuah pemahaman. Persepsi (*perception*) dalam arti sempit ialah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu. Sedangkan dalam arti luas ialah pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu.²⁴

Bimo Walgito mengatakan persepsi adalah suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indra atau disebut proses sensoris. Proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi.²⁵

Persepsi pelanggan merujuk pada kesan, kesadaran, atau penilaian pelanggan terhadap Perusahaan atau produk. Persepsi ini dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengalaman pribadi, iklan, media

²² Allisha A Miller Hayyes, et al., eds., *Hotel Operations Management*, 2nd, berilus edn (New Jersey : Prentice Hall, 2007).

²³ Jalaluddin Rakhmat, "Psikologi Komunikasi", (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), hal 50

²⁴ Alex Sobur, "Pengantar Psikologi Umum dalam Lintas Sejarah", (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2003), hal 445.

²⁵ Bimo Walgito, "Pengantar Psikologi Umum", (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), hal 88.

sosial ulasan dari website terkemuka dan lain sebagainya. Dalam konteks layanan hotel, persepsi tamu memainkan peran krusial dalam menentukan kepuasan dan loyalitas mereka. Persepsi ini tidak hanya melibatkan penerimaan pasif informasi, tetapi juga melibatkan proses mental yang kompleks. Mar'at Walgito menyatakan ada tiga aspek utama yang membentuk persepsi yaitu:

a) Aspek Kognitif

dalam persepsi tamu hotel berkaitan dengan cara tamu memahami dan menilai layanan hotel berdasarkan pengalaman dan pengetahuan mereka. Ini meliputi harapan tamu dan bagaimana mereka menginterpretasikan apa yang mereka lihat dan alami di hotel. Sebagai contoh, ketika seorang tamu melihat kamar yang bersih dengan seprai rapi dan kamar mandi higienis, mereka menyimpulkan bahwa hotel memiliki standar kebersihan yang tinggi. Ini menunjukkan bagaimana bukti fisik mempengaruhi pemikiran dan penilaian tamu.

Daya tanggap hotel dapat mempengaruhi aspek kognitif tamu ketika staf hotel merespons dengan cepat dan efektif terhadap permintaan atau keluhan tamu terkait kebersihan. Misalnya, jika tamu meminta pembersihan tambahan dan staf segera menanggapi, hal ini akan memperkuat persepsi positif tamu tentang standar kebersihan hotel.

Keandalan hotel dalam menjaga konsistensi kebersihan kamar dari waktu ke waktu juga berkontribusi pada aspek kognitif tamu. Jika tamu menginap berulang kali dan selalu menemukan kamar dalam kondisi bersih, hal ini akan memperkuat pemahaman dan ekspektasi mereka tentang standar kebersihan hotel. Bukti fisik, seperti kondisi seprai, permukaan bebas debu, dan kamar mandi yang higienis, secara langsung mempengaruhi aspek kognitif tamu. Elemen-elemen fisik ini menjadi dasar penilaian tamu terhadap kebersihan hotel dan membentuk persepsi mereka tentang standar yang diterapkan.

Jaminan dalam konteks ini dapat berupa sertifikasi kebersihan yang ditampilkan, prosedur pembersihan yang terlihat, atau penjelasan staf tentang protokol kebersihan hotel. Informasi ini memberikan landasan kognitif tambahan bagi tamu untuk menilai dan memahami standar kebersihan hotel.

b) Aspek Afektif

Dalam persepsi tamu hotel berkaitan dengan emosi dan perasaan yang muncul dari pengalaman mereka. Ini sangat dipengaruhi oleh empati dan jaminan yang diberiksan oleh hotel.

Empati ditunjukkan melalui sambutan hangat dan perhatian terhadap kebutuhan tamu, seperti menawarkan minuman selamat datang. Tindakan ini membuat tamu merasa dihargai dan dipahami. Latar belakang moral dan etika tamu juga mempengaruhi bagaimana mereka menghargai empati yang ditunjukkan oleh hotel.

Sedangkan Jaminan terlihat dari sikap profesional staf dan kemampuan hotel dalam memberikan rasa aman dan nyaman kepada tamu. Ini termasuk efisiensi dalam proses check-in dan konsistensi dalam memberikan layanan yang dijanjikan. Jaminan ini membangun kepercayaan tamu terhadap hotel.²⁶

Persepsi pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelahnya membandingkan antara apa yang diterima dan dia berharap. Seorang pelanggan, jika puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau layanan, sangat besar kemungkinan menjadi pelanggan pada saat itu panjang.

Menurut Walgito terjadinya persepsi merupakan sesuatu yang terjadi dalam tahap-tahap berikut:

²⁶Moch. Hafid dan Uswatun Hasanah. Persepsi lingkungan kerja psikologis terhadap kepuasan kerja. *Journal An-nafs*, 1(2). (2016) hal. 279

1. Tahap pertama, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses fisik, merupakan proses ditangkapnya suatu stimulus oleh alat indera manusia.
2. Tahap kedua, merupakan tahap yang dikenal dengan proses fisiologis yang merupakan proses diteruskannya stimulus yang diterima oleh alat indera atau reseptor melalui saraf-saraf sensoris.
3. Tahap ketiga, merupakan tahap yang dikenal dengan nama proses psikologis, merupakan proses timbulnya kesadaran individu tentang stimulus yang diterima alat indera atau reseptor.
4. Tahap keempat, merupakan hasil perolehan dari proses persepsi, berupa tanggapan dan perilaku.²⁷

Adapun proses terjadinya persepsi yaitu :

1. Seleksi Perseptual terjadi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan pada psikologikal set yang dimiliki. Psikologikal set, yaitu berbagai informasi yang ada dalam memori konsumen. Terdapat dua proses yang termasuk kedalam definisi seleksi, yakni :
 - a. Perhatian (*attention*) yang dilakukan oleh konsumen dapat terjadi secara sengaja atau tidak sengaja. Perhatian yang dilakukan secara sengaja disebut juga sebagai *voluntary attention* yakni terjadi ketika konsumen secara aktif mencari informasi yang mempunyai kesesuaian dengan kebutuhannya. Selain konsumen melakukan perhatian secara sengaja, konsumen juga melakukan perhatian secara tidak sengaja (*involuntary attention*). *Involuntary attention* dapat terjadi ketika terdapat sesuatu yang dipaparkan kepada konsumen yakni sesuatu

²⁷ Denies Priantinah dan Megasari Chitra Adhistry. Persepsi Karyawan Tentang Peran Auditor Internal Sebagai Pengawas, Konsultan dan Katalisator dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan (Studi Kasus di Hotel Inna Garuda Yogyakarta). *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 1(2), (2012) hal. 6

yang menarik, mengejutkan, menantang atau sesuatu yang tidak diperkirakan namun, tidak ada hubungannya dengan tujuan atau kepentingan konsumen.

- b. Persepsi selektif (*selectif perception*) sendiri dapat terjadi ketika konsumen melakukan *voluntary attention*. Ketika konsumen mempunyai keterlibatan yang tinggi terhadap suatu produk, maka pada keadaan tersebut konsumen bisa disebut melakukan proses perhatian selektif. Proses perhatian selektif terjadi karena konsumen mempunyai keterlibatan yang tinggi terhadap suatu merek produk, berarti konsumen telah secara aktif mencari suatu informasi mengenai produk tersebut dari berbagai sumber.

2. Organisasi persepsi

Organisasi persepsi adalah pengelompokan informasi dari berbagai sumber yang dilakukan oleh konsumen agar mendapatkan informasi secara menyeluruh. Pengelompokan informasi konsumen untuk mengevaluasi suatu merek berdasarkan atribut yang berbeda-beda sesuai dengan set psikologis yang dimiliki.²⁸

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor jasa yang sangat bergantung pada persepsi konsumen dan karyawan. Persepsi ini tidak hanya mempengaruhi bagaimana layanan diberikan dan diterima, tetapi juga menentukan kepuasan, loyalitas, dan kesuksesan jangka panjang sebuah hotel.

Menurut Slamet dalam Yurita terdapat dua macam bentuk persepsi yaitu yang bersifat positif dan negatif, sebagai berikut:

- a) Persepsi positif ialah persepsi atau pandangan terhadap suatu obyek dan menuju pada suatu keadaan di mana subjek yang mempersepsikan cenderung menerima obyek yang ditangkap karena sesuai dengan pribadinya.

²⁸ Viki Eka Anggraeni. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Permintaan dan Penawaran Hotel Syariah di Kota Surabaya. (2019) hal 35-36

- b) Persepsi negatif ialah persepsi atau pandangan terhadap suatu obyek dan menunjuk pada keadaan di mana subjek yang mempersepsikan cenderung menolak obyek yang ditangkap karena tidak sesuai kepribadiannya.²⁹

Persepsi merupakan fungsi yang penting dalam kehidupan. Persepsi merupakan fungsi vital yang dimiliki setiap manusia. Contohnya akal, misalnya tentang kebaikan dan keburukan, keutamaan dan kehinaan, serta kebenaran dan kebathilan. Islam mengajarkan bahwa manusia diberi kemampuan untuk mempersepsikan dunia melalui indera yang diberikan oleh Allah SWT. Namun, Islam juga menekankan bahwa persepsi manusia memiliki keterbatasan dan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor.³⁰

Dalam memahami teori persepsi, kita tidak hanya dapat mengacu pada konsep-konsep ilmiah modern, tetapi juga dapat melihat perspektif yang ditawarkan oleh ajaran agama. Islam, sebagai agama yang komprehensif, memberikan panduan yang relevan tentang bagaimana manusia seharusnya memproses informasi dan membentuk persepsi. Salah satu ayat Q.S yang memberikan wawasan mendalam tentang hal ini adalah Surah Al-Hujurat ayat 6, yang berbunyi:

فَتُصَدِّحُوا بِجَهَالَةٍ أَقْوَمَ تُصَدِّبُوا أَنْ فَتَدَّبِيئُوا بِنَبَأٍ فَاسِقٌ جَاءَكُمْ إِنْ آمَدُوا الَّذِينَ أُيْهَأَ يَا
نَادِمِينَ فَعَلْتُمْ مَا عَلَىٰ

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”

Dalam ajaran Islam, persepsi tidak hanya dipahami sebagai proses penerimaan informasi, tetapi juga melibatkan kecermatan dalam memverifikasi informasi yang diterima. Al-Qur'an mengajarkan pentingnya memeriksa kebenaran informasi sebelum membentuk persepsi atau mengambil tindakan. Hal ini relevan dengan

²⁹ Mahera Iman Pradana., et al., eds, 'Persepsi Pelanggan Outsolesecond Tentang Kualitas Pelayanan Seller Dan Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 2023, hal 3-4.

³⁰ Riyanti riyanti. *Persepsi Masyarakat tentang Walimah Infishol (Study kasus di Kelurahan Drangong Kec. TaktakanSerang)* (Doctoral dissertation, UIN SMH BANTEN). (2019) hal.30

konteks industri perhotelan, di mana persepsi tamu terhadap layanan hotel seharusnya didasarkan pada pengalaman langsung dan informasi yang akurat, bukan hanya pada asumsi atau informasi yang belum terverifikasi.³¹

C. Kerangka Konseptual

Penelitian ini berjudul “Persepsi Tamu Terhadap Layanan Hotel Satria Wisata Di Kota Parepare”, judul ini mengandung unsur-unsur pokok kata yang perlu dibatasi pengertiannya agar pembahasannya dalam skripsi ini lebih fokus dan lebih spesifik. Berikut pembatasan maknanya :

a. Pengertian Persepsi Tamu

Persepsi adalah proses dimana tamu hotel menginterpretasikan dan memberi makna terhadap pengalaman mereka selama menginap, berdasarkan rangsangan yang diterima melalui panca indera.³²

Persepsi yang akan menjadi fokus penelitian adalah persepsi pelanggan Hotel Satria Wisata Kota Parepare terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel serta bagaimana pelanggan merasakan pelayanan tersebut.

b. Pengertian Layanan Hotel

Layanan dalam konteks hotel merujuk pada segala bentuk aktivitas dan fasilitas yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tamu. Ini mencakup pelayanan fisik seperti penerimaan tamu, perawatan kamar, serta makanan dan minuman, dan juga pelayanan non-fisik seperti layanan resepsionis, reservasi, dan bantuan informasi. Kualitas layanan ini sangat penting karena memengaruhi seberapa puasny tamu dengan pengalaman menginap mereka dan dapat memengaruhi apakah mereka akan kembali atau merekomendasikan hotel kepada orang lain.³³

³¹ Hamdi Agustin., *Sistem Informasi Manajemen Dalam Perspektif Islam*, ed. by Monalisa (Depok, 2019). Hal 24

³² Fitri Jayanti & Nanda Tika Arista., ‘*Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura*’, *Jurnal of Management Studies*, vol.12, No (2018), hal 3.

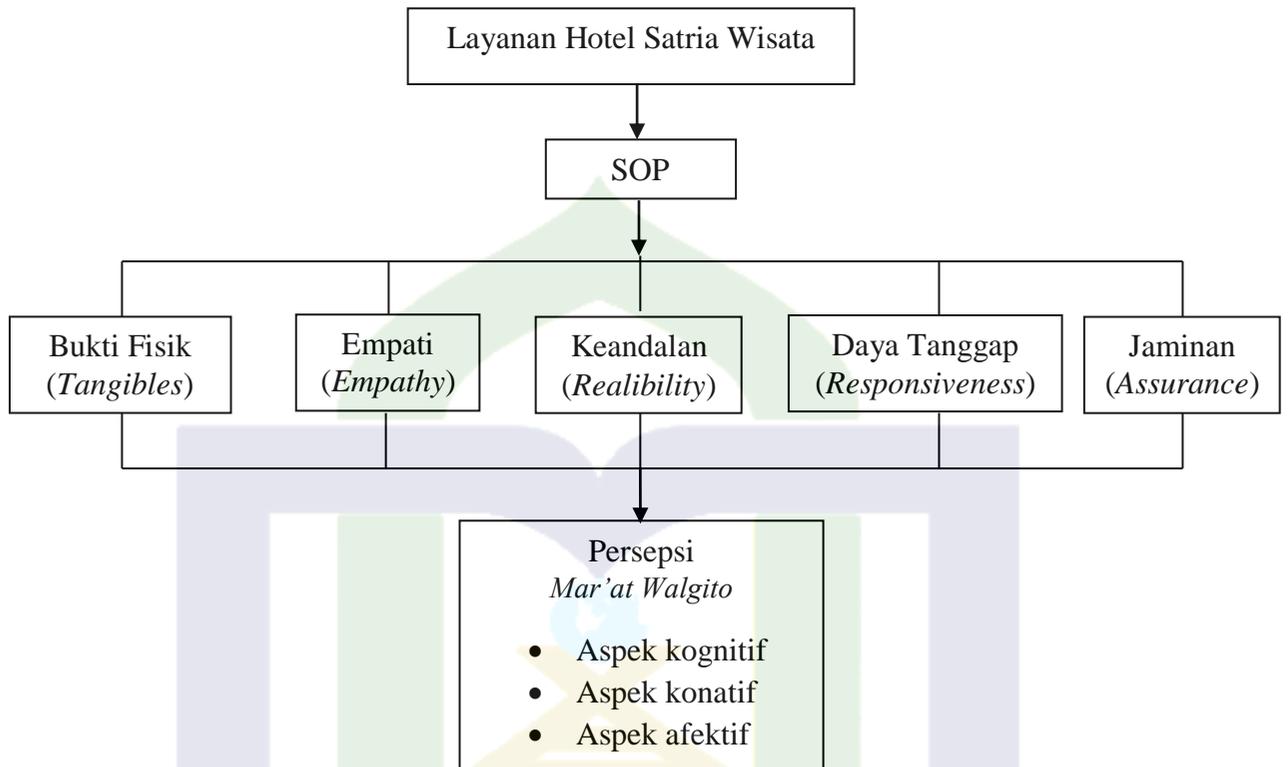
³³ Kotler Philip, *Marketing Management : An Asian Perspective* (Jakarta, 1999).

Layanan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah mencakup seluruh aspek pelayanan yang diberikan oleh Hotel Satria Wisata, termasuk namun tidak terbatas pada pelayanan front office, housekeeping, restoran, dan fasilitas pendukung lainnya. Sejauh mana Hotel Satria Wisata Kota Parepare memberikan pelayanan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan kepada pelanggan.

D. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir merupakan sebuah gambaran tentang pola hubungan antara konsep dan atau variabel secara koheren yang merupakan gambaran utuh terhadap fokus penelitian.³⁴ Seiring dengan pertumbuhan pesat dalam industri perhotelan, pemahaman terhadap persepsi tamu terhadap layanan hotel menjadi sangat penting. Persepsi ini tidak hanya mempengaruhi tingkat kepuasan tamu, tetapi juga berperan sebagai elemen kunci dalam membentuk citra dan reputasi sebuah hotel. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merinci dan menganalisis bagaimana persepsi tamu terhadap layanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman teoritis dan memberikan panduan praktis bagi manajemen hotel untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman tamu.

³⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah (Makalah dan skripsi*, (Parepare: STAIN, 2013), hal 26.

BAGAN KERANGKA PIKIR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi) yang diterbitkan IAIN Parepare, tanpa mengabaikan buku-buku metodologi lainnya. Metode penelitian dalam buku tersebut, mencakup beberapa bagian, yaitu jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data dan analisis data.³⁵

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah deskriptif kualitatif. Dalam data yang dikumpulkan peneliti, yang digunakan adalah kata-kata wawancara atau gambar, bukan angka. hal ini tercipta dari paradigma penafsiran peneliti terhadap objek penelitian dan memberikan gambaran menyeluruh tentang apa yang terjadi di lapangan dalam kaitannya dengan permasalahan atau fenomena yang diteliti.

Studi ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan (*field research*). Artinya, penelitian dilakukan dengan mengamati dan menganalisis peristiwa atau fenomena yang benar-benar terjadi dalam konteks nyata, bukan dalam lingkungan yang terkontrol atau buatan. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman mendalam tentang situasi yang diteliti, termasuk memahami dengan baik berbagai detail dan kerumitan dari fenomena yang terjadi di lapangan.³⁶

Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan dari fenomena yang terjadi di lapangan. Berdasarkan fakta tersebut, penelitian ini tergolong penelitian deskriptif kualitatif, artinya penelitian ini berupaya mendeskripsikan, mencatat,

³⁵ Tim penyusun, Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi. (IAIN Parepare, 2021).

³⁶ Aji Damanuri, "Metodologi Penelitian Muamalah", (Ponorogo: STAIN Po Press, 2010), h.6.

menganalisis, dan menafsirkan isi penelitian melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.³⁷

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Untuk melaksanakan penelitian ini, peneliti terlibat secara langsung dilokasi penelitian untuk memperoleh data agar tujuan peneliti dapat tercapai dan dapat dipertanggungjawabkan.

1. Lokasi Penelitian

Hotel Satria Wisata berlokasi di Jl. Abubakar Lambogo No.83, Bukit Indah, Kec. Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan 91131

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan akan berlangsung selama sekitar satu bulan, meliputi berbagai tahapan mulai dari pengurusan surat penelitian hingga penyelesaian pengujian keabsahan data.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian membatasi ruang lingkup studi dan mengarahkan pengumpulan data. Dalam penelitian ini, fokusnya adalah persepsi tamu terhadap layanan hotel satria wisata di Kota Parepare. Fokus ini membantu peneliti membedakan data yang relevan dan tidak relevan, serta memandu proses penelitian untuk mencapai tujuan secara efektif.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yang berarti bahwa data yang dikumpulkan terdiri dari kata-kata dan narasi, bukan sekadar angka. Jenis data kualitatif ini diperoleh melalui berbagai teknik pengumpulan seperti wawancara, analisis dokumen, dan observasi yang dicatat dalam bentuk catatan lapangan (transkrip). Selain itu, informasi

³⁷ Mardalis. Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal, Cet.7 (Jakarta: BumiAksara, 2004), h.26.

kualitatif juga dapat berupa gambar yang diambil melalui fotografi dan rekaman audio.

2. Sumber Data

Orang atau entitas yang menyediakan informasi yang dibutuhkan disebut sebagai sumber informasi. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan mencakup data sekunder dan data primer.

1) Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian atau dari informan yang terlibat dalam penelitian Persepsi Tamu Terhadap Layanan Hotel Satria Wisata di Kota Parepare. Informan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa pihak, yaitu HRD Hotel Satria Wisata, sekitar tiga orang staf hotel, serta tamu hotel yang terbagi menjadi dua kelompok, sekitar 13 orang tamu yang pernah menginap dan sekitar 3 orang tamu yang sedang menginap saat penelitian berlangsung di Hotel Satria Wisata Kota Parepare. Seluruh informan ini berperan penting dalam memberikan data yang relevan untuk analisis persepsi tamu terhadap layanan hotel tersebut.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah yang diambil melalui teknik pengumpulan data yang mendukung data primer yang diambil dari buku, jurnal laporan tahunan dan dokumen lain yang berkaitan dengan masalah penelitian. Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari lapangan seperti membaca koran dokumen atau sumber lainnya.³⁸ Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini, adalah literatur terkait Persepsi Tamu terhadap layanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare, serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sekarang.

³⁸Kun Mariati dan Juju Suriyawati, Sosiologi untuk SMA dan MA, (Jakarta: Erlangga, 2001), h.110.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu teknik riset lapangan. yang mencakup pengamatan langsung, wawancara, dan pencatatan yang mencerminkan apa yang dilihat, didengar, dialami, dan dipikirkan oleh peneliti saat berada di lapangan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengamatan (Observasi)

Observasi adalah pengamatan sistematis yang berkenaan dengan perhatian terhadap fenomena yang dapat dilihat. Observasi adalah mengamati kejadian, gerak, atau proses.³⁹ Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Adapun jenis observasi pada penelitian ini yaitu observasi non-partisipan.

Observasi non-partisipan adalah metode pengamatan di mana peneliti bertindak sebagai pengamat terhadap gejala atau kejadian yang diteliti, tanpa berpartisipasi secara aktif dalam situasi sosial yang diamati. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi non-partisipan dengan mengunjungi secara langsung Hotel Satria Wisata untuk memperoleh informasi yang diperlukan. Peneliti melihat dan mendengar berbagai aspek yang relevan dengan objek penelitian tanpa terlibat langsung dalam aktivitas hotel.

Tujuan dari observasi ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Persepsi Tamu Terhadap Layanan Hotel Satria Wisata melalui pengamatan langsung terhadap interaksi antara staf hotel dan tamu, serta kondisi fasilitas dan layanan yang disediakan.

2. Wawancara (*Interview*)

³⁹ Suharsimi Arikunto, *Proses Penelitian Suatu Pendekatan*, Cet. XIII, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 230

Wawancara merupakan alat pengumpulan informasi dengan cara tanya jawab. Wawancara dilakukan dengan kontak langsung dengan tatap muka antara pencari informasi dengan sumber informasi, Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait yaitu HRD, staf dan tamu Hotel Satria Wisata Kota Parepare.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu dari teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti untuk meneliti. Kemudian data akan dikumpulkan sebagai bentuk pertanggung jawaban peneliti ini, baik itu dalam bentuk file data seperti dokumentasi rekaman suara, foto, dan data-data langsung yang diperoleh. Dokumen-dokumen yang akan peneliti kumpulkan diantaranya foto-foto bukti wawancara staf dan tamu Hotel Satria Wisata.

F. Uji Keabsahan Data

Sebelum melakukan analisis data, peneliti terlebih dahulu melakukan uji keabsahan (*trustworthiness*) data. Uji keabsahan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu uji kepercayaan (*credibility*) dan uji kepastian (*confirmability*).

Uji kredibilitas mempunyai fungsi sebagai berikut: Pertama, penelitian dilakukan sedemikian rupa sehingga dapat dicapai tingkat keyakinan terhadap hasilnya. Kedua, pembuktian keandalan hasil dengan membuktikan hasil fakta yang dipelajari oleh beberapa ilmuwan. Uji validitas data yang digunakan dalam uji kredibilitas adalah uji triangulasi data. Triangulasi adalah teknik validasi data yang menggunakan sesuatu selain data untuk memverifikasi atau membandingkan ata.⁴⁰

Lalu ada uji kepastian. Uji kepastian merupakan suatu pengujian yang menentukan apakah pandangan, pendapat dan pengamatan beberapa orang bersifat obyektif atau tidak tergantung pada kesepakatan beberapa orang.⁴¹

⁴⁰ Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, h. 330.

⁴¹ Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, h. 324-326.

Dalam melakukan uji kepastian data, peneliti menguji keabsahan data dari berbagai sumber yaitu beberapa informan berbeda dalam hal ini staf atau tamu Hotel Satria Wisata.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data sebagai upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Proses analisis kualitatif dapat dijelaskan dalam tiga langkah yaitu :

1. Reduksi data

Reduksi data berarti membuat ringkasan, memilih hal yang paling penting, memusatkan perhatian pada hal yang penting, mencari tema dan pola serta membuang hal yang tidak perlu.⁴² Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang dan mengatur data sedemikian rupa sehingga memungkinkan kesimpulan dan verifikasi yang pasti. Tahap reduksi data melibatkan ekstraksi dan transformasi data "mentah" yang ditemukan dalam catatan tertulis. "Data mentah" adalah data yang dikumpulkan tetapi tidak dibersihkan secara statistik. Dalam konteks penelitian ini yang dimaksud dengan "data mentah" adalah data yang belum diolah oleh peneliti, artinya reduksi data terjadi pada saat kegiatan penelitian⁴³

Setelah menyelesaikan pengumpulan data, penulis menganalisis data wawancara dari berbagai sumber dan temuan dokumenter dalam bentuk catatan lapangan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menghilangkan informasi yang tidak perlu dan mengklasifikasikannya ke dalam item-item kunci pada inti masalah yang diselidiki.

⁴² Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, Dasar Metodologi Penelitian, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h. 122.

⁴³ A. Muri Yusuf, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan , (Prenada Media, 2016), h. 406.

Proses reduksi data dilakukan oleh peneliti lapangan dengan wawancara terstruktur kepada informan. Hasil wawancara yang dikumpulkan diseleksi dan disintesis, setelah itu informasi yang dianggap tidak relevan dengan penelitian diisolasi atau dibuang. Hal ini dilakukan untuk membuang informasi yang tidak perlu dan memilah informasi penting dari yang tidak perlu pada fokus terpenting permasalahan yang diteliti yakni Persepsi Tamu Terhadap Layanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare.

2. Penyajian data

Menurut Miles dan Huberman yang dikutip oleh Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, penyajian data adalah kumpulan informasi terstruktur yang memberikan peluang untuk menarik kesimpulan. Langkah ini dicapai dengan menyajikan kumpulan data terstruktur yang memberikan peluang untuk memperolehnya. Hal ini dikarenakan data yang diperoleh dalam penelitian kualitatif biasanya bersifat deskriptif sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya.⁴⁴

3. Verifikasi data

Kesimpulan atau verifikasi data merupakan tahap akhir dalam proses analisis data. Pada tahap ini, peneliti mengutarakan kesimpulan dari data yang diperoleh dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan membandingkan kesesuaian pernyataan subjek penelitian dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian. Kesimpulan awal bersifat sementara dan dapat berubah jika ditemukan bukti-bukti baru dalam tahap pengumpulan data selanjutnya. Proses pencarian bukti-bukti ini disebut verifikasi data. Kesimpulan dianggap kredibel jika didukung oleh bukti-bukti yang kuat dan konsisten dengan kondisi yang ditemukan saat peneliti kembali ke lapangan.⁴⁵

⁴⁴Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, hal 123.

⁴⁵Salim dan Haidir, "Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan dan Jenis" Jakarta: Kencana, 2019, h. 177.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sistem Pelayanan yang Diterapkan di Hotel Satria Wisata Kota Parepare

a) Daya Tanggap (*Responsiveness*) :

Pada aspek daya tanggap bentuk kewajiban yang harus ditangani oleh pihak pengelola Hotel Satria Wisata adalah pelayanan check in dan check out yang cepat dan tidak membuat tamu menunggu lama, karyawan yang tanggap dalam merespons permintaan tamu, serta penanganan keluhan atau masalah dengan cepat, hal ini sejalan dengan salah satu wawancara pada HRD Hotel Satria Wisata dalam hal ini Pak Ardy :

“Untuk standar check-in tamu lokal 10-15 menit, karena kalau WNA ada pemeriksaan paspor, ada pelaporan warga negara, apakah wna tersebut ada masalah dinegaranya. Sedangkan, untuk layanan checkout tamu ke front office untuk menyerahkan kunci dan house keeping mengecek kamar apakah ada ketinggalan atau barang yang rusak dan setelah kamar aman maka uang deposit tamu dikembalikan, dan untuk menanggapi permintaan tamu, standar waktu tunggu maksimal 10-15 menit.”⁴⁶

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa Hotel Satria Wisata menunjukkan komitmen dalam memberikan layanan yang responsif dengan menetapkan standar waktu yang jelas untuk berbagai aspek pelayanan. Hal ini menunjukkan upaya hotel untuk memenuhi kebutuhan tamu dengan cepat dan efisien, yang merupakan elemen penting dari aspek daya tanggap dalam kualitas pelayanan.

b) Empati (*Empathy*)

Empati merupakan aspek krusial dalam pelayanan perhotelan, mencerminkan kemampuan karyawan untuk memahami dan merespons

⁴⁶ Ardy, HRD Hotel Satria Wisata, *Wawancara* di Hotel Satria Wisata, Pada tanggal 30 Mei 2024

kebutuhan individual tamu dengan perhatian yang tulus. Di Hotel Satria Wisata, penerapan empati dalam pelayanan terlihat dari wawancara pada HRD Hotel Satria Wisata dalam hal ini Pak Ardy:

“Kalau tamu komplek biasanya kita sebagai pekerja harus minta maaf dan mengakui kesalahan kalau itu memang kesalahan kita atau memang kita benar-benar khilaf meskipun kenyataannya kita benar tapi tamu menganggap dirinya benar kita tetap harus meminta maaf karena dalam proses menjual jasa tamu selalu benar. Karena kita menjual jasa dan karena kita bekerja sebagai orang yang profesional haruski istilahnya totalitas 100%. Terkadang saya tidak terlalu komentari, begini kalau yang komen 1 yang tidak suka yang suka 20 itu kan perbandingannya jauh, berarti mungkin hanya karena selera atau secara pribadi jadi saya tidak terlalu komentari karena ini hanya masalah selera.”

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa Hotel Satria Wisata menerapkan prinsip empati dalam pelayanannya dengan mengutamakan kepuasan tamu, melatih karyawan untuk bersikap profesional dalam menghadapi komplain, dan memahami keragaman preferensi tamu. Hotel ini menekankan pelayanan total dan profesional, sambil tetap fleksibel dalam menanggapi umpan balik, menunjukkan pemahaman yang baik tentang pentingnya empati dalam memberikan pengalaman menginap yang memuaskan.

c) Keandalan (*Reliability*)

Pada aspek Keandalan yang harus ditangani oleh pihak pengelola Hotel Satria Wisata adalah pelayanan yang akurat dan sesuai dengan permintaan tamu, informasi yang diberikan kepada tamu harus benar dan terpercaya dan bukan hanya dalam hal keakuratan dalam memberikan layanan, tetapi juga ketepatan dalam menjaga kerahasiaan dan privasi tamu. Hal ini sejalan dengan salah satu wawancara pada HRD Hotel Satria Wisata dalam hal ini Pak Ardy:

“SOP nya itu tidak boleh memberikan informasi tamu kepada orang lain tanpa persetujuan tamu bahkan kepada pihak kepolisian dan keluarga sekalipun. Nah yang dimaksud informasi tamu disini seperti nama, alamat, dan nomor kamar.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa Hotel Satria Wisata memprioritaskan keandalan layanan mereka dengan memastikan privasi dan kerahasiaan informasi tamu, yang merupakan aspek penting dalam membangun kepercayaan dan memberikan layanan yang dapat diandalkan kepada para tamu mereka.

d) Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik merupakan aspek penting dalam industri perhotelan, mencakup penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan materi komunikasi. Aspek ini sangat mempengaruhi persepsi tamu terhadap kualitas layanan hotel. Hotel Satria Wisata menyadari pentingnya bukti fisik ini dalam meningkatkan pengalaman tamu, seperti yang tercermin dalam pernyataan HRD mereka, Pak Ardy:

“Untuk memperbaiki SOP hotel, saat ini banyak tersedia sistem-sistem yang lebih maju, lebih cepat, dan lebih canggih. Jika ingin meningkatkan efisiensi, hotel bisa menggunakan sistem yang memungkinkan pengisian form secara online tanpa menggunakan form fisik. Setiap kali tamu check-out, kamar akan langsung dibersihkan, begitu juga dengan fasilitas umum seperti kolam renang yang dilakukan pembersihan setiap hari. Hal ini penting karena kebersihan sangat memengaruhi ekspektasi tamu. Jika fasilitas-fasilitas tersebut kotor, ekspektasi tamu akan terganggu.”

Berdasarkan hasil wawancara, dapat ditarik kesimpulan bahwa Hotel Satria Wisata memahami pentingnya bukti fisik dalam meningkatkan kualitas layanan mereka. Mereka menunjukkan komitmen melalui modernisasi sistem dan menjaga kebersihan, menunjukkan pemahaman mereka tentang pengaruh signifikan aspek ini terhadap persepsi dan kepuasan tamu.

e) Jaminan (*assurance*)

Jaminan dalam pelayanan hotel mencakup sikap dan kemampuan staf yang membuat tamu merasa aman dan nyaman. Ini dimulai dari sambutan ramah dengan senyum dan sopan santun saat tamu tiba. Staf juga berkomunikasi dengan santun dan menggunakan bahasa yang baik saat melayani. Selain itu, mereka harus mampu menjawab pertanyaan atau memenuhi permintaan tamu dengan cepat dan tepat. Berdasarkan hasil

wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada staf hotel Rini Amriani H dan Nurbauty:

“Sebisa mungkin memberikan tamu yang terbaik karena basic kita di perhotelan adalah pelayanan jadi kita sebagai penyedia jasa jika tamu merasa puas atas pelayanan yang diberikan kita juga merasa senang.”

“Jika ada tamu yang merasa tidak puas dengan pelayanan tetapi dilayani dan ditanggapi tanpa marah ke tamu maksudnya tetap dihadapi dengan tenang.”⁴⁷

“Memberikan kepuasan kepada tamu salah satunya dengan bersikap ramah.”

“Secepat mungkin kita tangani, apa yang mengakibatkan tamu tersebut tidak puas kita akan memberikan pelayanan yang lebih maksimal lagi misal ac-nya kurang dingin secepatnya kita perbaiki.”⁴⁸

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa Hotel Satria menerapkan pendekatan yang profesional dan ramah dalam menangani keluhan tamu, di mana staf dilatih untuk tetap tenang dan responsif saat menghadapi ketidakpuasan. Mereka juga menekankan pentingnya keramahan dan kecepatan dalam menyelesaikan masalah, dengan fokus pada perbaikan segera untuk sumber ketidakpuasan tamu. Hotel Satria berusaha tidak hanya memenuhi, tetapi juga melampaui harapan tamu dengan terus meningkatkan kualitas pelayanan mereka, terutama saat menghadapi situasi yang menantang.

2. Persepsi tamu terhadap kualitas layanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare

a) Aspek Kognitif

Aspek kognitif dalam persepsi tamu hotel melibatkan penilaian mereka terhadap berbagai aspek layanan dan pengalaman menginap. Ini mencakup evaluasi efisiensi proses check-in, yang berkaitan erat dengan dimensi

⁴⁷ Rini Amriani H, Staf Hotel Satria Wisata, *Wawancara* di Hotel Satria Wisata, Pada Tanggal 4 Juni 2024

⁴⁸ Nurbauty, Staf Hotel Satria Wisata, *Wawancara* di Hotel Satria Wisata, Pada Tanggal 4 Juni 2024

Keandalan dan Daya Tanggap dalam metode SERVQUAL. Keakuratan informasi yang diberikan staf merupakan bagian dari dimensi Jaminan, mencerminkan pengetahuan dan kepercayaan yang dirasakan tamu. Penilaian terhadap kualitas dan kenyamanan fasilitas kamar serta kondisi sekitar yang mempengaruhi pengalaman mereka termasuk dalam dimensi Bukti Fisik. Selain itu, aspek kognitif juga dapat melibatkan evaluasi terhadap konsistensi layanan, yang kembali ke dimensi Keandalan. Penilaian-penilaian kognitif ini membentuk dasar persepsi tamu tentang kualitas hotel secara keseluruhan, mencakup sebagian besar dimensi SERVQUAL dan memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana tamu memproses dan mengevaluasi pengalaman menginap mereka secara rasional. Berikut adalah hasil wawancara yang menggambarkan aspek kognitif dari pengalaman tamu Fatimah Karlos

“Saya menunggu kurang dari 15 menit karena kamarnya sedang dipersiapkan.”⁴⁹

“Informasi yang diberikan staf saat check-in akurat dan sesuai dengan kenyataan yang saya alami selama menginap. Fasilitas yang disebutkan tersedia dan jam operasional yang diinformasikan tepat.”

“Tingkat kenyamanannya dari 1-10 sudah mencapai 8,5. Saya merasakan merasakan beberapa peralatan di kamar sudah berubah sudah diganti dengan yang baru, seperti kasur dan beberapa kamar yang sudah direnovasi, saya bilang seperti itu karena ketika saya kunjungan kerja saya memesan beberapa kamar jadi saya melihat beberapa kamar juga. Dan kamarnya juga sudah cukup modern.”

“Kami menyukai kondisinya karena hotel tersebut berada di bagian atas Kota Parepare. Sebagai pengunjung, kami senang karena selain tempatnya tenang dan sejuk, kami juga bisa melihat beberapa pemandangan Kota Parepare dari Hotel Satria Wisata.”

⁴⁹ Fatimah Carlos, Tamu Hotel Satria Wisata, , *Wawancara* di Coffee Shop, Pada Tanggal 1 Juni 2024

Berdasarkan hasil wawancara dengan Fatimah Carlos, dapat disimpulkan bahwa pengalaman menginap di Hotel Satria Wisata dinilai sangat positif. Tamu mengapresiasi efisiensi proses check-in yang cepat, keakuratan informasi yang diberikan oleh staf, serta kualitas dan kenyamanan kamar yang telah ditingkatkan melalui renovasi dan pembaruan peralatan. Hotel ini juga mendapat pujian atas lokasinya yang strategis di bagian atas Kota Parepare, menawarkan suasana yang tenang dan pemandangan kota yang menarik. Secara keseluruhan, persepsi kognitif Fatimah Carlos terhadap Hotel Satria Wisata menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi, dengan penilaian yang baik untuk berbagai aspek pengalaman menginap, mencerminkan kualitas layanan hotel yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan tamu.

b) Aspek Afektif

Aspek afektif dalam persepsi tamu hotel berkaitan erat dengan perasaan dan respon emosional yang muncul selama pengalaman menginap. Ini meliputi bagaimana tamu merasakan sambutan dari staf, yang secara langsung berhubungan dengan dimensi Empati dalam metode SERVQUAL. Empati mencerminkan kemampuan hotel untuk memberikan perhatian individual dan memahami kebutuhan spesifik tamu, yang sangat mempengaruhi respon emosional mereka.

Tingkat kepuasan keseluruhan tamu terhadap layanan yang diterima juga memiliki komponen afektif yang kuat, seringkali terkait dengan dimensi Jaminan dalam SERVQUAL. Jaminan ini mencakup kemampuan staf untuk menumbuhkan rasa percaya dan aman, yang secara langsung mempengaruhi perasaan positif tamu. Respon emosional ini, baik terhadap empati yang dirasakan maupun jaminan yang diberikan, memainkan peran krusial dalam membentuk kesan dan pengalaman menginap secara keseluruhan. Berikut adalah tanggapan Fatimah Carlos, salah satu tamu Hotel Satria Wisata, yang mencerminkan aspek afektif dari pengalamannya:

“Cukup ramah dan informasi yang diberikan cukup membantu.”

“Mengenai kepuasan dengan layanan yang saya terima selama menginap, dari skala 1 sampai 5 saya memberikan skala 4.”

Berdasarkan wawancara Fatimah Carlos, dapat disimpulkan bahwa aspek afektif dari pengalamannya di Hotel Satria Wisata cukup positif. Tamu merasakan keramahan dari staf hotel dan menghargai informasi yang diberikan, yang dinilai cukup membantu. Tingkat kepuasan keseluruhan terhadap layanan yang diterima juga tinggi, dengan Fatimah Carlos memberikan nilai 4 dari skala 5. Ini menunjukkan bahwa pengalaman emosional tamu selama menginap di hotel tersebut cenderung menyenangkan, dengan interaksi positif dengan staf dan tingkat kepuasan yang baik terhadap layanan secara keseluruhan, meskipun masih ada ruang untuk peningkatan kecil untuk mencapai kepuasan maksimal.

c) Aspek Konatif

Aspek konatif dalam persepsi tamu hotel berhubungan erat dengan kecenderungan untuk bertindak atau berperilaku berdasarkan pengalaman mereka, yang secara signifikan dipengaruhi oleh dimensi Bukti Fisik dan Jaminan dalam metode SERVQUAL. Bukti Fisik, yang mencakup fasilitas, peralatan, dan penampilan personel hotel, memiliki dampak langsung pada keinginan tamu untuk kembali atau merekomendasikan hotel. Sementara itu, dimensi Jaminan, yang meliputi pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan staf untuk menimbulkan kepercayaan, juga sangat mempengaruhi aspek konatif. Pengalaman positif dengan jaminan layanan dapat mendorong tamu untuk memberikan saran konstruktif untuk perbaikan, menunjukkan keinginan mereka untuk tetap terlibat dengan hotel.

Niat untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain merupakan manifestasi langsung dari kepuasan terhadap bukti fisik dan jaminan yang diterima. Dengan demikian, respon konatif ini tidak hanya mencerminkan bagaimana pengalaman menginap mempengaruhi tindakan dan keputusan tamu selanjutnya, tetapi juga menunjukkan sejauh mana bukti fisik dan

jaminan telah berhasil membentuk persepsi positif yang mendorong perilaku mendukung terhadap hotel. Berikut adalah tanggapan dari tiga tamu Hotel Satria Wisata Fatimah Carlos, Dilla, dan Dea yang menggambarkan aspek konatif dari pengalaman mereka:

“Saya akan merekomendasikan Hotel Satria Wisata kepada teman atau keluarga karena Hotel Satria Wisata terbilang cukup bagus dibandingkan beberapa hotel lain yang ada di Kota Parepare. Fasilitasnya juga lumayan lengkap dan pelayanannya cukup ramah serta informatif.”

“Mungkin beberapa peralatan yang sudah cukup lama bisa diganti seperti sofa yang ada di depan kamar atau meja makan yang ada di restoran.”

“Dari pihak hotel sendiri, setidaknya bisa menambahkan beberapa staf yang terlatih untuk membantu tamu. Juga perlu menjaga dan menambahkan pencahayaan yang kurang di area tertentu agar pengunjung lain merasa aman dan nyaman.”⁵⁰

“Untuk area parkir, mungkin bisa diperbaiki, terutama di parkir motor karena banyak batu-batu di tempat parkirnya.”⁵¹

Berdasarkan wawancara dari Fatimah Carlos, Dilla, dan Dea, dapat disimpulkan bahwa aspek konatif dari pengalaman mereka di Hotel Satria Wisata cenderung positif namun dengan beberapa saran untuk perbaikan. Para tamu menunjukkan kesiapan untuk merekomendasikan hotel kepada teman dan keluarga, mengindikasikan kepuasan keseluruhan yang baik. Mereka menghargai fasilitas yang lengkap dan pelayanan yang ramah serta informatif. Namun, tamu juga memberikan saran konstruktif untuk peningkatan layanan, termasuk pembaruan beberapa peralatan, penambahan staf terlatih, peningkatan pencahayaan di area tertentu, dan perbaikan area parkir. Respon konatif ini menunjukkan bahwa meskipun tamu puas dan bersedia merekomendasikan hotel, mereka juga mengharapkan perbaikan berkelanjutan untuk meningkatkan pengalaman menginap di masa depan.

⁵⁰ Dilla, Tamu Hotel Satria Wisata, *Wawancara* di Coffee Shop, Pada Tanggal 31 Mei 2024

⁵¹ Dea, Tamu Hotel Satria Wisata, *Wawancara* di Coffee Shop, Pada Tanggal 31 Mei 2024

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Sistem Pelayanan yang Diterapkan di Hotel Satria Wisata Kota Parepare

Penting sebagai penyedia akomodasi bagi wisatawan. Sistem pelayanan yang diterapkan oleh hotel ini dapat dievaluasi menggunakan teori SERVQUAL, yang membantu mengukur kualitas layanan dari berbagai aspek. Penerapan teori ini memungkinkan Hotel Satria Wisata untuk menyelaraskan layanannya dengan kebutuhan dan harapan wisatawan yang semakin beragam.

Dengan memperhatikan elemen-elemen seperti fasilitas fisik, keandalan layanan, responsivitas staf, jaminan kenyamanan, dan empati terhadap tamu, hotel ini berupaya menciptakan pengalaman menginap yang memuaskan. Hal ini tidak hanya berdampak pada kepuasan tamu, tetapi juga berkontribusi pada citra Kota Parepare sebagai destinasi wisata yang menawarkan akomodasi berkualitas. Dalam industri pariwisata yang kompetitif, kemampuan Hotel Satria Wisata untuk terus meningkatkan kualitas layanannya berdasarkan prinsip-prinsip SERVQUAL dapat menjadi faktor penentu dalam menarik dan mempertahankan wisatawan, serta mendukung pertumbuhan sektor pariwisata di kota ini.⁵² Dalam menerapkan teori SERVQUAL untuk meningkatkan kualitas layanannya, Hotel Satria Wisata Kota Parepare dapat fokus pada lima dimensi utama:⁵³

a) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan kesigapan pihak perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat, tanggap, efektif dan

⁵² Bagyono. (2012). *Pariwisata dan Perhotelan*. Alfabeta. (2012). Hal 36-40

⁵³ Sri sulartiningrum Sugiarto Endar, *Pengantar Akomodasi Dan Restoran* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001). Hal 24-30

efesien.⁵⁴ Hamid mengatakan daya tanggap bergantung pada kemampuan karyawan untuk secara konsisten memenuhi harapan konsumen. Konsumen yang puas secara tidak langsung akan menimbulkan minat untuk berkunjung kembali dan mendorong rekomendasi dari mulut ke mulut, bahkan dapat meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen.

Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat dalam menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan. Pelayanan yang tidak responsif pasti akan membuat pelanggan merasa tidak puas. dan daya tanggap yang diberikan perusahaan dengan baik akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan pelanggan.

Kualitas produk dan daya tanggap layanan yang akurat, perusahaan harus melakukan beberapa hal untuk mengembangkan kualitas produk dan daya tanggap layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, dan perusahaan harus melakukan beberapa hal untuk semua pelanggannya, termasuk mengintensifkan komunikasi, menanggapi setiap keluhan pelanggan, dan memberikan umpan balik atau tanggapan dan solusi dengan baik untuk memuaskan pelanggan.⁵⁵

Dalam hal ini, terkait daya tanggap yang ada di Hotel Satria Wisata, dapat dikatakan bahwa hotel tersebut sudah menunjukkan upaya yang cukup baik. Mereka telah menetapkan standar waktu yang jelas untuk berbagai layanan, seperti proses *check-in*, *check-out* dan respon terhadap permintaan tamu. Adanya prosedur yang terstruktur dan diferensiasi layanan antara tamu lokal dan asing menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan spesifik tamu.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti dapat menyimpulkan bahwa terkait daya tanggap pada Hotel Satria Wisata telah

⁵⁴ Dhia Nadhifah. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Syariah Di Yogyakarta. (2020). Hal. 90

⁵⁵ Mia Sulistianingsih, et al., eds., Pengaruh Customer Quality Atribut Hotel Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel. *Inovasi Makro Ekonomi (IME)*, 6(3). (2024). Hal 97

menerapkan sistem daya tanggap yang terstruktur dan berorientasi pada efisiensi pelayanan. Hotel Satria Wisata memiliki standar waktu yang jelas untuk proses *check-in* dan *check-out*, dengan perbedaan prosedur antara tamu lokal dan wisatawan mancanegara yang menunjukkan pemahaman terhadap kebutuhan spesifik setiap jenis tamu. Proses *check-in* untuk tamu lokal ditetapkan dalam rentang waktu 10-15 menit, sementara untuk tamu asing memerlukan waktu lebih lama karena adanya prosedur tambahan seperti pemeriksaan paspor dan pelaporan status kewarganegaraan.

Dalam hal merespons permintaan tamu, hotel menetapkan standar waktu tunggu maksimal 10-15 menit, yang mencerminkan komitmen untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Proses *check-out* juga menunjukkan perhatian terhadap detail, di mana pihak housekeeping melakukan pemeriksaan kamar untuk memastikan tidak ada barang yang tertinggal atau kerusakan yang terjadi. Prosedur ini tidak hanya menunjukkan ketelitian dalam pelayanan, tetapi juga upaya untuk mengantisipasi dan menangani masalah potensial.

Sistem pengembalian deposit setelah pemeriksaan kamar menunjukkan transparansi dalam transaksi keuangan, yang dapat meningkatkan kepercayaan tamu terhadap hotel. Secara keseluruhan, standar daya tanggap yang diterapkan oleh Hotel Satria Wisata mencerminkan upaya untuk memberikan pelayanan yang efisien, responsif, dan berorientasi pada kepuasan tamu.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Alya Gilang Komara dengan judul penelitian Analisis Kualitas Pelayanan Hotel Hyatt Regency Yogyakarta Terhadap Kepuasan Konsumen (Dengan Metode Servqual)⁵⁶ dan hasil wawancara di Hotel Satria Wisata menurut peneliti bahwa kedua hotel menunjukkan kesadaran akan pentingnya aspek daya tanggap dalam pelayanan. Hotel Satria Wisata telah menunjukkan

⁵⁶ Alya Gilang Komara, 'Analisis Kualitas Pelayanan Hotel Hyatt Regency Yogyakarta Terhadap Kepuasan Konsumen (Dengan Metode Servqual)' (Universitas Islam Indonesia, 2005).

komitmen dengan menetapkan standar waktu yang jelas untuk layanan check-in dan respon terhadap permintaan tamu, yang merupakan langkah positif dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Namun, berbeda dengan Hotel Hyatt yang telah dianalisis menggunakan metode SERVQUAL dengan skor kinerja dan harapan, Hotel Satria Wisata belum memiliki data kuantitatif yang membandingkan kinerja dengan harapan konsumen.

b) Empati (*empathy*)

Kepedulian/Empati, yaitu kemampuan atau kesediaan pegawai memberikan perhatian yang bersifat pribadi, seperti bersikap ramah, memahami kebutuhan dan peduli kepada tamunya.⁵⁷ Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. indikatornya mencakup, kemudahan dalam memperoleh layanan, kejelasan informasi dan pemahaman pelanggan.⁵⁸

Dalam hal ini terkait empati yang ada di Hotel Satria Wisata menunjukkan pendekatan yang cukup baik. Hotel Satria menerapkan prinsip "tamu selalu benar" dan mengutamakan kepuasan pelanggan, bahkan ketika menghadapi komplain. Karyawan dilatih untuk bersikap profesional, meminta maaf, dan mengakui kesalahan meskipun situasinya mungkin tidak sepenuhnya salah mereka. Hotel Satria Wisata memahami bahwa setiap tamu memiliki selera dan kebutuhan yang berbeda-beda. Mereka tidak terlalu memusingkan satu kritik negatif jika banyak tamu lainnya merasa puas. Cara mereka menangani hal ini menunjukkan empati yang baik. Hotel ini berusaha memberikan pelayanan terbaik dengan profesional dan sungguh-sungguh dalam menyediakan jasa penginapan bagi para tamunya.

⁵⁷ Bambang Suprianto. Literature review: penerapan teknologi informasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik. *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, 8(2), (2023). Hal 129

⁵⁸ Rahmi Meutia dan Putri Andiny. Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pasien Puskesmas Langsa Lama. *Niagawan*, 8(2), 121. (2019). Hal 123

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti dapat menyimpulkan bahwa terkait empati pada Hotel Satria Wisata telah menerapkan pendekatan yang mengutamakan kepuasan pelanggan dalam pelayanannya. Mereka menekankan prinsip "tamu selalu benar" dan melatih karyawan untuk menangani keluhan dengan profesional. Karyawan diinstruksikan untuk meminta maaf dan mengakui kesalahan, bahkan dalam situasi di mana hotel mungkin tidak sepenuhnya bersalah. Hotel ini juga menunjukkan pemahaman terhadap keragaman preferensi tamu dan tidak terlalu menanggapi kritik tunggal jika sebagian besar tamu puas. Pendekatan ini mencerminkan komitmen hotel untuk memberikan pelayanan yang totalitas dan profesional, sambil tetap mempertimbangkan perbedaan selera dan kebutuhan individual tamu.

c) Keandalan (*reliability*)

Pada aspek keandalan, Hotel Satria Wisata perlu memfokuskan upayanya pada beberapa area kunci. Pertama, hotel harus memastikan bahwa setiap layanan yang diberikan akurat dan sesuai dengan permintaan tamu, tanpa ada kesalahan atau kelalaian. Ini mencakup ketepatan dalam pemenuhan pesanan kamar, layanan kamar, dan fasilitas lainnya. Kedua, informasi yang disampaikan kepada tamu, baik mengenai fasilitas hotel, layanan, maupun informasi lokal, harus selalu benar, terkini, dan dapat diandalkan. Hal ini penting untuk membangun kepercayaan tamu dan menghindari kesalahpahaman. Ketiga, keandalan hotel tidak hanya terbatas pada keakuratan layanan, tetapi juga meliputi komitmen yang kuat dalam menjaga kerahasiaan dan privasi tamu. Ini berarti memastikan bahwa data pribadi tamu dilindungi dengan baik, interaksi tamu dijaga kerahasiaannya, dan ruang privasi tamu dihormati sepenuhnya.⁵⁹

⁵⁹ A. Sulastiyono, Manajemen Penyelenggaraan Hotel (Bandung: Alfabeta, 2011), hal 33.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti dapat menyimpulkan bahwa Hotel Satria Wisata telah menerapkan ketiga aspek tersebut secara komprehensif. Hal ini terbukti karena Hotel Satria Wisata memprioritaskan keandalan layanan mereka dengan memastikan privasi dan kerahasiaan informasi tamu, yang merupakan aspek penting dalam membangun kepercayaan dan memberikan layanan yang dapat diandalkan kepada para tamu mereka. Dengan menjaga standar keandalan yang tinggi, hotel dapat membangun reputasi positif, meningkatkan kepercayaan tamu, dan pada akhirnya mendorong peningkatan jumlah tamu serta pendapatan jangka panjang.

d) Bukti fisik (*tangibles*)

Bukti fisik adalah hal-hal yang bisa dilihat dan dirasakan langsung oleh tamu di sebuah hotel. Ini meliputi bagaimana bangunan hotel terlihat, kondisi kamar dan fasilitas lainnya, kebersihan lingkungan, serta penampilan karyawan. Termasuk juga website dan materi promosi yang digunakan hotel. Semua ini penting karena membentuk kesan pertama dan terus memengaruhi pendapat tamu selama mereka menginap.⁶⁰

Tamu cenderung menilai kualitas hotel dari apa yang mereka lihat dan alami secara langsung. Oleh karena itu, hotel perlu memastikan bahwa semua aspek fisik ini dalam kondisi baik dan menarik untuk membuat tamu merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti dapat menyimpulkan bahwa Hotel Satria Wisata menyadari pentingnya penampilan fisik dalam memberikan layanan berkualitas kepada para tamu. Mereka memahami bahwa hal-hal yang dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh tamu sangat mempengaruhi pendapat dan kepuasan mereka. Untuk itu, hotel ini berkomitmen meningkatkan kualitas layanannya dengan dua cara utama:

⁶⁰ Komar, R. Hotel Management Grasindo. (2014). Hal 89-92

memperbarui sistem agar lebih modern dan selalu menjaga kebersihan lingkungan hotel. Dengan memperhatikan aspek-aspek fisik ini, Hotel Satria Wisata berusaha menciptakan kesan positif dan pengalaman menginap yang menyenangkan bagi para tamunya, sehingga mereka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Hotel Satria Wisata dalam meningkatkan bukti fisik layanannya menunjukkan pemahaman mereka akan pentingnya aspek ini dalam industri perhotelan. Dengan fokus pada modernisasi sistem dan menjaga kebersihan, hotel ini berusaha memenuhi dan bahkan melampaui harapan para tamu. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kualitas pengalaman menginap, tetapi juga berpotensi mendorong loyalitas pelanggan dan meningkatkan reputasi hotel. Namun, penting bagi Hotel Satria Wisata untuk terus mengevaluasi dan meningkatkan aspek bukti fisik ini secara berkala, mengingat persaingan yang ketat dalam industri perhotelan dan perubahan kebutuhan serta preferensi tamu yang dinamis. Dengan komitmen berkelanjutan terhadap peningkatan kualitas bukti fisik, Hotel Satria Wisata dapat mempertahankan posisinya sebagai pilihan akomodasi yang menarik dan berkualitas bagi para tamu.⁶¹

e) Jaminan (*Assurance*)

Menurut Tjiptono dan Chandra, jaminan (*assurance*) dalam pelayanan mencakup aspek pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh staf, serta kebebasan dari bahaya, risiko, atau keraguan. Jaminan ini dapat diukur melalui empat indikator utama, yaitu: kemampuan karyawan dalam menanamkan keyakinan pada konsumen, menciptakan rasa aman bagi konsumen selama proses pelayanan, sikap sopan

⁶¹ Hermawan, H., et al., eds. Pengantar Manajemen Hospitality, Penerbit NEM. Hal 87-90

yang konsisten dari karyawan, serta pengetahuan luas yang dimiliki karyawan sehingga mampu menjawab berbagai pertanyaan konsumen dengan baik.⁶²

Berdasarkan hasil wawancara peneliti bahwa Hotel Satria Wisata memprioritaskan kepuasan tamu sebagai inti dari layanan mereka. Mereka berusaha memberikan yang terbaik, menangani keluhan dengan tenang, dan menekankan keramahan dalam pelayanan. Ketika tamu merasa tidak puas, staf hotel segera menangani masalah tersebut, misalnya dengan memperbaiki AC yang kurang dingin, untuk memastikan pelayanan yang lebih maksimal. Pendekatan ini menunjukkan komitmen Hotel Satria dalam menjaga kualitas layanan dan kepuasan tamu.

Dimensi jaminan berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, santun, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta respek terhadap konsumen. Apabila pemberi layanan menunjukkan sikap respek, sopan santun dan kelemahlembutan maka akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi konsumen terhadap lembaga penyedia jasa. Assurance ini akan meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari resiko atau bahaya, sehingga membuat konsumen merasakan kepuasan dan akan loyal terhadap lembaga penyedia layanan.

Baik buruknya layanan yang diberikan akan menentukan keberhasilan lembaga atau perusahaan pemberi jasa layanan. Dengan memberian pelayanan yang menunjukkan kesopanan dan kelemah lembutan akan menjadi jaminan rasa aman bagi konsumen dan yang berdampak pada kesuksesan lembaga penyedia layanan jasa. Berkenaan dengan hal ini, Q.S Ali Imran ayat 159:

لَهُمْ وَاسْتَغْفِرْ عَنْهُمْ فَاعْفُ حَوْلِكَ مِنْ لَانَفْسُوا الْقَلْبِ عَلِيظًا فَطًا كُنْتَ وَلَوْ لَهُمْ لِنْتَ اللَّهُ مِّن رَّحْمَةٍ فِيمَا
كَلِيلِنَ الْمُتَوَّ يُجِبُّ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ فَتَوَكَّلْ عَزَمْتَ فَإِذَا الْأَمْرَ فِي وَشَاوَرَهُمْ

Terjemahnya:

⁶² Alfian Syukri Hasibuan. *Analisis Kualitas Pelayanan di Bengkel Mobil Mondan Kasikan Kec. Tapung Hulu Kab. Kampar* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau). (2019). Hal 29

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip Q.S Ali Imran ayat 159 pada aspek jaminan (*assurance*), Hotel Satria Wisata seharusnya mengembangkan sistem pelayanan yang berlandaskan kelembutan, kesabaran, dan kemaafan dalam menghadapi tamu. Hotel juga perlu mengedepankan musyawarah dalam menyelesaikan masalah, serta memiliki sikap tawakal setelah memberikan usaha terbaik dalam melayani. Pendekatan ini akan meningkatkan kualitas jaminan pelayanan, menciptakan suasana yang lebih nyaman bagi tamu, dan membangun citra hotel yang lebih positif.⁶³

2. Persepsi tamu terhadap kualitas layanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare

Persepsi tamu terhadap kualitas layanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare merupakan faktor penting dalam industri pariwisata dan perhotelan. Aspek kognitif persepsi ini melibatkan penilaian rasional tamu terhadap fasilitas fisik hotel, kebersihan, dan efisiensi layanan. Tamu mengevaluasi apakah fasilitas hotel memenuhi standar yang diharapkan dan apakah informasi yang diberikan akurat dan memadai. Aspek afektif berhubungan dengan respon emosional tamu terhadap pengalaman menginap mereka. Ini mencakup perasaan nyaman, senang, atau kecewa yang muncul dari interaksi dengan staf hotel, suasana hotel, dan kualitas pelayanan secara keseluruhan. Sementara itu, aspek konatif berkaitan dengan kecenderungan perilaku tamu

⁶³ Rofiq Kusuma Ningsih. *Analisis Kepuasan Kualitas Pelayanan Rawat Inap Rumah Sakit Cahaya Ujung Tanjung Kab. Rokan Hilir* (Doctoral dissertation, universitas islam negeri sultan syarif kasim riau). (2019). Hal 24

sebagai hasil dari pengalaman mereka. Ini dapat dilihat dari niat untuk kembali menginap di Hotel Satria Wisata, kesediaan untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain, atau keinginan untuk memberikan ulasan positif di platform daring. Ketiga aspek ini saling terkait dan membentuk persepsi menyeluruh tamu terhadap kualitas layanan hotel, yang pada akhirnya mempengaruhi kepuasan pelanggan dan keberhasilan hotel dalam industri pariwisata di Kota Parepare.⁶⁴ Persepsi tamu terhadap kualitas layanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare dapat diuraikan lebih lanjut melalui tiga aspek utama yakni, aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek konatif:⁶⁵

a) Aspek Kognitif

Aspek kognitif memainkan peran krusial dalam membentuk persepsi tamu terhadap kualitas layanan Hotel Satria Wisata. Proses kognitif ini mencakup bagaimana tamu mengolah informasi, menafsirkan pengalaman, dan membuat penilaian terhadap layanan yang diterima selama menginap. Hotel Satria Wisata memahami bahwa persepsi kualitas layanan dipengaruhi tidak hanya oleh fasilitas fisik, tetapi juga oleh harapan tamu, pengalaman sebelumnya, dan faktor psikologis lainnya.⁶⁶

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, persepsi tamu terhadap layanan Hotel Satria Wisata cenderung positif dalam beberapa aspek SERVQUAL. Terkait Daya Tanggap, tamu menilai proses check-in cukup efisien dengan waktu tunggu yang relatif singkat. Dalam hal Keandalan, informasi yang diberikan staf dinilai akurat dan sesuai dengan pengalaman selama menginap. Aspek Bukti Fisik mendapat penilaian tinggi, dengan tamu mengapresiasi kenyamanan fasilitas kamar, pembaruan peralatan, dan

⁶⁴ Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. Pengantar Ilmu Pariwisata. Penerbit Andi, (2009). Hal. 185-188.

⁶⁵ Moch. Hafid dan Uswatun Hasanah. Persepsi lingkungan kerja psikologis terhadap kepuasan kerja. *Journal An-nafs*, 1(2). (2016) hal. 279

⁶⁶ Rahmawati R. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap pada Rumah Sakit Umum Daerah Serang. *Jurnal Administrasi Publik*, 4(1). (2013). Hal 78

renovasi yang dilakukan. Lokasi hotel di bagian atas Kota Parepare juga memberikan nilai tambah, dengan suasana yang tenang dan sejuk serta pemandangan kota yang menarik. Elemen Jaminan terlihat dari kepercayaan tamu terhadap layanan yang konsisten dan profesional.

Keseluruhan penilaian ini membentuk persepsi positif tamu terhadap kualitas layanan Hotel Satria Wisata, menggambarkan bahwa hotel ini berhasil memenuhi ekspektasi kognitif para tamunya dalam berbagai dimensi SERVQUAL. Pemahaman hotel terhadap proses berpikir tamu memungkinkan mereka untuk menyediakan layanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fisik, tetapi juga sesuai dengan harapan mental tamu, menciptakan pengalaman menginap yang komprehensif dan memuaskan.

b) Aspek Afektif

Aspek afektif merupakan komponen penting dalam persepsi tamu hotel, melibatkan perasaan dan keadaan emosi individu terhadap pengalaman menginap mereka. Evaluasi baik buruk yang dilakukan tamu seringkali didasarkan pada faktor emosional ini, yang erat kaitannya dengan dimensi Empati dan Jaminan dalam metode SERVQUAL.⁶⁷

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, Hotel Satria Wisata berhasil menciptakan pengalaman emosional yang positif bagi tamunya. Dalam konteks Empati, staf hotel dinilai cukup ramah, menunjukkan keberhasilan dalam membangun hubungan emosional yang baik dengan tamu. Hal ini mencerminkan kemampuan hotel untuk memberikan perhatian individual dan memahami kebutuhan spesifik tamu. Sementara itu, aspek Jaminan terlihat dari informasi yang diberikan, yang dianggap membantu dan mampu memenuhi kebutuhan emosional tamu akan rasa aman dan terpandu selama menginap.

⁶⁷ Nabella Hastin Pinakesti. Persepsi Masyarakat Terhadap Program Desa Tangguh Bencana di Desa Pondokrejo Kecamatan Tempel Kabupaten Sleman Tahun 2017. *Research Repository UMY*, (2017). Hal 10

Tingkat kepuasan yang tinggi (4 dari 5) mengindikasikan bahwa hotel berhasil membangkitkan perasaan positif dan evaluasi yang baik dari tamu terhadap layanan yang diterima. Ini menggambarkan bahwa Hotel Satria Wisata memahami pentingnya aspek afektif dalam pelayanan dan berhasil menciptakan pengalaman menginap yang secara emosional memuaskan. Kualitas layanan hotel sangat bergantung pada aspek afektif yang dirasakan oleh tamu. Emosi positif yang timbul dari interaksi yang menyenangkan dengan staf hotel, yang merupakan manifestasi dari Empati, dapat meningkatkan persepsi tamu terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.

Sikap ramah, penuh perhatian, dan responsif dari karyawan hotel tidak hanya menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi tamu, tetapi juga membangun loyalitas dan mendorong mereka untuk kembali di masa depan. Jaminan, yang tercermin dalam kemampuan hotel untuk menimbulkan rasa percaya dan aman, juga memainkan peran penting dalam aspek afektif. Ketika tamu merasa aman dan yakin dengan layanan yang diterima, ini berkontribusi positif terhadap pengalaman emosional mereka secara keseluruhan.

Sebaliknya, pengalaman emosional yang negatif, meskipun mungkin berasal dari masalah kecil, dapat berdampak besar pada kepuasan tamu dan reputasi hotel. Oleh karena itu, memperhatikan aspek afektif dalam pelayanan, terutama melalui penekanan pada Empati dan Jaminan, merupakan kunci keberhasilan dalam industri perhotelan. Hotel Satria Wisata telah menunjukkan pemahaman dan implementasi yang baik terhadap aspek ini, yang tercermin dalam respon positif dari para tamunya. Berknaan dengan hal ini, Al-Qur'an memberikan panduan dalam Q.S. An-Nisa ayat 86:⁶⁸

شَيْءٍ كُلِّ عَلَىٰ كَانَ اللَّهُ إِنَّ ۖ رُدُّوْهَا أَوْ مِنْهَا بِأَحْسَنَ فَحَيُّوْا بِنَجِيَّةٍ حُبِيْبُمْ وَإِذَا
حَسْبِيًّا

Terjemahnya:

⁶⁸ Rahmi, A., dan Indriani, F. (Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan (Studi pada Hotel Berbintang di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), (2016) Hal 1-11.

“Apabila kamu diberi penghormatan dengan sesuatu penghormatan, maka balaslah penghormatan itu dengan yang lebih baik dari padanya, atau balaslah penghormatan itu (dengan yang serupa). Sesungguhnya Allah memperhitungkan segala sesuatu.”

Dengan menerapkan Q.S An-Nisa ayat 86 di aspek afektif, Hotel Satria Wisata seharusnya mengutamakan prinsip membalas kebaikan dengan kebaikan yang setara atau lebih baik dalam setiap interaksi dengan tamu. Ini berarti staf hotel perlu merespon setiap sapaan, permintaan, atau keluhan tamu dengan sikap yang lebih ramah, penuh perhatian, dan berusaha melebihi harapan mereka.

Misalnya, ketika tamu mengucapkan salam, staf tidak hanya membalas dengan salam yang sama, tetapi juga menambahkan senyuman tulus dan menawarkan bantuan. Jika ada keluhan, staf harus menanggapi dengan empati yang lebih, memberikan solusi yang memuaskan, dan mungkin memberikan kompensasi tambahan sebagai bentuk permintaan maaf. Dengan pendekatan ini, Hotel Satria Wisata dapat menciptakan pengalaman emosional yang positif bagi tamu, meningkatkan kepuasan mereka, dan pada akhirnya membangun loyalitas pelanggan yang lebih kuat.⁶⁹

c) Aspek Konatif

Aspek konatif dalam persepsi tamu hotel merujuk pada kecenderungan untuk bertindak atau berperilaku berdasarkan pengalaman mereka. Menurut Azwar, aspek ini mencerminkan sikap seseorang dalam bentuk tendensi perilaku terhadap objek yang dihadapinya. Dalam konteks perhotelan, aspek konatif sangat penting karena dapat mempengaruhi keputusan tamu di masa mendatang dan berpotensi mempengaruhi calon tamu lainnya.⁷⁰

Aspek konatif ini penting bagi pihak hotel karena dapat mempengaruhi keputusan tamu di masa mendatang dan berpotensi mempengaruhi calon tamu

⁶⁹ Putri, Y. L., dan Utomo, H. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa). *Among Makarti*, 10(19), (2017). Hal 70-90

⁷⁰ Amalia Tri Asmara Rotati. *Sikap Pustakawan Terhadap Pelanggaran Hak Cipta atas Buku* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga). (2017). Hal 4

lainnya. Oleh karena itu, hotel perlu memperhatikan kualitas pelayanan mereka untuk mendorong perilaku positif dari para tamu.⁷¹

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di Hotel Satria Wisata, aspek konatif tamu terlihat positif, dengan kecenderungan untuk merekomendasikan hotel kepada teman atau keluarga. Ini menunjukkan bahwa hotel berhasil menciptakan pengalaman yang mendorong perilaku mendukung. Bukti Fisik hotel, seperti fasilitas yang lumayan lengkap, berkontribusi pada penilaian positif ini. Namun, tamu juga memberikan saran untuk perbaikan beberapa aspek Bukti Fisik, seperti penggantian perabotan, peningkatan pencahayaan, dan perbaikan area parkir. Jaminan, yang tercermin dalam pelayanan yang ramah dan informatif, juga mempengaruhi aspek konatif tamu. Tamu menilai Hotel Satria Wisata cukup bagus dibandingkan hotel lain di Kota Parepare, menunjukkan tingkat kepercayaan terhadap kualitas layanan hotel. Namun, saran untuk penambahan staf terlatih menunjukkan bahwa tamu mengharapkan peningkatan dalam aspek Jaminan ini.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Mutmainna dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Satria Wisata menurut peneliti memiliki persamaan pada penekanan terhadap pentingnya kualitas pelayanan dalam mempengaruhi kepuasan dan perilaku pelanggan. Hasil penelitian ini dan hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelayanan yang baik cenderung menghasilkan sikap positif pelanggan yang tercermin dalam perilaku mendukung, seperti keinginan untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain. Hal ini sejalan dengan konsep aspek konatif yang dijelaskan oleh Azwar, di mana sikap seseorang cenderung terwujud dalam bentuk kecenderungan bertindak atau berperilaku tertentu.

⁷¹ Supranto, J. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Jakarta: Rineka Cipta. (2011). Hal 30-40

Dalam konteks perhotelan, aspek konatif dapat terlihat dari bagaimana tamu hotel merespons pengalaman menginap mereka. Misalnya, di Hotel Satria Wisata, meskipun tamu memberikan tanggapan positif dan menyatakan kesediaan untuk merekomendasikan hotel, mereka juga menyampaikan saran-saran perbaikan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek konatif tidak hanya terbatas pada tindakan mendukung atau menolak, tetapi juga dapat berupa keinginan untuk berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan.⁷²

Penting bagi manajemen hotel untuk memahami bahwa aspek konatif dapat berdampak signifikan pada keberlangsungan bisnis mereka. Kecenderungan tamu untuk kembali menginap atau merekomendasikan hotel kepada orang lain merupakan bentuk perilaku yang dipengaruhi oleh pengalaman positif mereka. Sebaliknya, pengalaman negatif dapat mendorong tamu untuk memilih lawan atau bahkan menyebarkan ulasan negatif. Dengan memperhatikan dan meningkatkan bukti fisik serta jaminan, Hotel Satria Wisata dapat lebih efektif mempengaruhi aspek konatif tamu. Perbaikan pada fasilitas fisik dan peningkatan kualitas layanan dapat mendorong tamu untuk bertindak positif, seperti memberikan ulasan baik atau memutuskan untuk menginap kembali di masa depan.⁷³

⁷² Suryani, T. Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu. (2018). Hal 25-33

⁷³ Tjiptono, F. Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset. (2014). Hal 30-35

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Persepsi Tamu Terhadap Layanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare. Dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Sistem pelayanan yang diterapkan di Hotel Satria Wisata Kota Parepare menunjukkan komitmen yang baik dalam lima aspek utama kualitas layanan berdasarkan metode SERVQUAL. Pertama dalam aspek Daya Tanggap (*Responsiveness*), Hotel menerapkan standar waktu yang jelas untuk proses check-in, check-out, dan respon terhadap permintaan tamu, dengan fokus pada efisiensi dan kecepatan layanan. Kedua Empati (*Empathy*), Hotel menerapkan prinsip “tamu selalu benar” dan melatih karyawan untuk menangani keluhan dengan profesional dan empati, menunjukkan pemahaman terhadap kebutuhan individual tamu. Ketiga Keandalan (*Reliability*), Hotel memprioritaskan keakuratan layanan dan menjaga kerahasiaan informasi tamu, membangun kepercayaan dan keandalan. Keempat Bukti Fisik (*Tangibles*), Hotel berkomitmen untuk memodernisasi sistem dan menjaga kebersihan lingkungan, menunjukkan kesadaran akan pentingnya aspek fisik dalam pengalaman tamu. Dan yang kelima, Jaminan (*Assurance*), Hotel menekankan pada pemberian layanan terbaik, penanganan keluhan dengan tenang, dan keramahan staf, menciptakan rasa aman dan nyaman bagi tamu.
2. Persepsi tamu terhadap kualitas layanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare secara umum positif, tercermin dalam tiga aspek. Pertama Aspek Kognitif, yaitu tamu menilai proses check-in efisien, informasi yang diberikan akurat, dan fasilitas kamar nyaman. Lokasi hotel juga diapresiasi karena memberikan pemandangan kota yang menarik. Kedua Aspek Afektif yaitu tamu merasakan keramahan staf dan merasa puas dengan

layanan yang diterima, menunjukkan pengalaman emosional yang positif. Ketiga Aspek Konatif, yaitu tamu menunjukkan kecenderungan untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain. Meskipun persepsi tamu secara keseluruhan positif, ada beberapa saran perbaikan yang perlu diperhatikan, seperti pembaruan perabotan, penambahan staf terlatih, peningkatan pencahayaan, dan perbaikan area parkir. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Hotel Satria Wisata telah menerapkan sistem pelayanan yang baik berdasarkan metode SERVQUAL, masih ada ruang untuk peningkatan dalam aspek bukti fisik (*tangibles*) dan jaminan (*assurance*) untuk lebih meningkatkan persepsi positif tamu.

B. Saran

Adapun saran yang penulis berikan dari hasil penelitian yang selama penelitian adalah sebagai berikut:

1. Hotel Satria Wisata disarankan untuk melakukan pembaruan fasilitas fisik, termasuk renovasi perabotan dan peningkatan pencahayaan di area-area tertentu. Perbaikan area parkir, terutama untuk kendaraan roda dua, juga perlu menjadi prioritas. Untuk meningkatkan kualitas layanan, penambahan staf terlatih dan pelaksanaan pelatihan berkala bagi karyawan sangat direkomendasikan.
2. Optimalisasi sistem pelayanan dapat dilakukan dengan terus mengembangkan dan memperbaiki proses check-in dan check-out, serta menerapkan sistem *feedback* yang lebih terstruktur. Aspek keandalan dapat ditingkatkan dengan memperkuat protokol keamanan data dan meningkatkan konsistensi dalam pemberian layanan.
3. Pengembangan program loyalitas pelanggan dapat membantu mendorong tamu untuk kembali menginap dan merekomendasikan hotel kepada orang lain. Evaluasi berkala menggunakan metode *SERVQUAL* dan penerapan

sistem manajemen kualitas yang berkelanjutan juga penting untuk memastikan standar layanan tetap tinggi.

4. Pemanfaatan teknologi terbaru dalam sistem operasional hotel dan pengembangan platform digital untuk komunikasi dengan tamu dapat meningkatkan efisiensi dan pengalaman menginap. Peningkatan aspek empati melalui pelatihan staf untuk lebih memahami kebutuhan spesifik tamu juga perlu diperhatikan. Akhirnya, hotel dapat mengoptimalkan keunggulan lokasinya dengan mengembangkan program atau paket yang memaksimalkan pengalaman tamu menikmati pemandangan kota.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

- Adi, A. F. R., dan Yoestini, Y. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Agustin, Hamdi. 2019, *Sistem Informasi Manajemen Dalam Perspektif Islam*, ed. by Monalisa (Depok).
- Aini, S. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada tamu Hotel Ollino Garden Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Amelia Pulukadang, et al., eds, 2021. 'Pengaruh Faktor-Faktor Psikologis Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Quality Manado', *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 21.
- Anggraeni, Viki Eka. 2019. *Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Permintaan dan Penawaran Hotel Syariah di Kota Surabaya*.
- Ardy, HRD Hotel Satria Wisata, Wawancara di Hotel Satria Wisata, Pada tanggal 30 Mei 2024
- Arikunto, Suharsimi, 2006. *Proses Penelitian Suatu Pendekatan*, Cet. XIII, (Jakarta: Rineka Cipta)
- Bagyono. 2012. *Pariwisata dan Perhotelan*. Alfabeta
- Carlos, Fatima, Tamu Hotel Satria Wisata, , Wawancara di Coffee Shop, Pada Tanggal 1 Juni 2024
- Damanuri, Aji. 2010. "Metodologi Penelitian Muamalah" ,(Ponorogo: STAIN Po Press, 2010)
- Dea, Tamu Hotel Satria Wisata, Wawancara di Coffee Shop, Pada Tanggal 31 Mei 2024
- Dewi, Desak Komang Selly Sutrisna Dewi., 2017. 'Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan Hotel Naya Gawana Resort And Spa', *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 5, No.1
- Dilla, Tamu Hotel Satria Wisata, Wawancara di Coffee Shop, Pada Tanggal 31 Mei 2024
- Endar, Sri sulartiningrum Sugiarto, 2001. *Pengantar Akomodasi Dan Restoran* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama).

- Hafid, Moch dan Uswatun Hasanah. 2016. *Persepsi lingkungan kerja psikologis terhadap kepuasan kerja*. Journal An-nafs, 1(2).
- Hanadya, Dwi, et al., eds., 2023 '*Penerapan Standar Operasional Prosedur Pelayanan Food & Beverage Service Di Express Restaurant*', Jurnal Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan, Vol. 1, No. 5
- Hasibuan, Alfian Syukri. 2019. *Analisis Kualitas Pelayanan di Bengkel Mobil Mondan Kasikan Kec. Tapung Hulu Kab. Kampar* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Hayyes, Allisha A Miller, et al., eds., 2007. *Hotel Operations Management, 2nd, berilus edn* (New Jersey : Prentice Hall).
- Hendra, Rantius. 2020. '*Analisis Persepsi Tamu Yang Menginap Terhadap Kualitas Pelayanan Petugas Kantor Depan Di Hotel Pangeran Beach Padang (Studi Kasus Tamu Pria Dan Wanita)*', Pariwisata Bunda, 1. No.1
- Hermawan, H., et al., eds. *Pengantar Manajemen Hospitality*, Penerbit NEM.
- Ismail, Yogo. 2019. '*Kompetensi, Pelayanan Prima Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja*', Jeamm, Vol,1.
- Jayanti, Fitri dan Nanda Tika Arista., 2018, '*Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura*', Jurnal of Management Studies, vol.12,
- Komar, R. 2014. *Hotel Management*. Grasindo.
- Komara, Alya Gilang. 2005. '*Analisis Kualitas Pelayanan Hotel Hyatt Regency Yogyakarta Terhadap Kepuasan Konsumen (Dengan Metode Servqual)*' (Universitas Islam Indonesia)
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*,
- Mardalis. 2004. *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*, Cet.7 (Jakarta: Bumi Aksara
- Mariati, Kun dan Juju Suriyawati, 2001, *Sosiologi untuk SMA dan MA*, (Jakarta: Erlangga.
- Meutia, Rahmi dan Putri Andiny.2019. *Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pasien Puskesmas Langsa Lama*. Niagawan, 8(2), 121
- Muri Yusuf. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian*
- Mutmainna, 2022 '*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Satria Wisata*', Jurnal Ilmiah Manajemen&Kewirausahaan, 9 no 1

- Nadhifah , Dhia. 2020. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Syariah Di Yogyakarta*
- Ningsih, Rofiq Kusuma.2019. *Analisis Kepuasan Kualitas Pelayanan Rawat Inap Rumah Sakit Cahaya Ujung Tanjung Kab. Rokan Hilir* (Doctoral dissertation, universitas islam negeri sultan syarifkasimriau).
- Noviastuti, Nina & Desy Agustina Cahyadi., 2020. ‘*Peran Reservasi Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Tamu Di Hotel Novotel Lampung*’, *Jurnal Nusantara (Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Perhotelan)*, Vol.3 No.1 (2020)
- Nugroho, Mulyanto & Abdul Halik. 2016. ‘*Penerapan Standar Pelayanan Publik Pada Kelurahan Di Wilayah Kota Kediri*’, *Jurnal Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, Vol. 1,
- Nurbauty, Staf Hotel Satria Wisata, Wawancara di Hotel Satria Wisata, Pada Tanggal 4 Juni 2024
- Oktavia, Rina. 2015 ‘*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kesesuaian Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Santika Bogor*’ (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ipwi Jakarta).
- Philip, Kotler, 1999. *Marketing Management : An Asian Perspective* (Jakarta,
- Pinakesti, Nabella Hastin.2017. *Persepsi Masyarakat Terhadap Program Desa Tangguh Bencana di Desa PondokrejoKecamatan Tempel Kabupaten Sleman Tahun 2017*. Research Repository UMY.
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S.2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Penerbit Andi
- Pradana, Mahera Iman., et al., eds, 2023. ‘*Persepsi Pelanggan Outsolesecond Tentang Kualitas Pelayanan Seller Dan Kepuasan Pelanggan*’, *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*,
- Priantinah, Denies, 2012. *ditor Internal Sebagai Pengawas, Konsultan dan Katalisator dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan (Studi Kasus di Hotel Inna Garuda Yogyakarta)*. Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen, 1(2),
- Putri , Dian Eka Yulia Hamdani,2018. “*Kualitas Pelayanan Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, Menurut Sunyonto*, Vol.16 Nomor 2.
- Putri, Y. L., dan Utomo, 2017.*Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa)*. Among Makarti, 10(19),

- Rahmawati, R. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap pada Rumah Sakit Umum Daerah Serang*. Jurnal Administrasi Publik, 4(1).
- Rahmi, A., dan Indriani, F. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan (Studi pada Hotel Berbintang di Kota Semarang)*. Diponegoro Journal of Management, 5(3)
- Rakhmat, Jalaluddin, 2011. *“Psikologi Komunikasi”*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya)
- Rini Amriani H, Staf Hotel Satria Wisata, Wawancara di Hotel Satria Wisata, Pada Tanggal 4 Juni 2024
- Riyantiriyanti. 2019. *Persepsi Masyarakat tentang Walimah Infishol (Study kasus di Kelurahan Drangong Kec. Taktakan Serang)* (Doctoral dissertation, UIN SMH BANTEN).
- Rotati , Amalia Tri Asmara Rotati. 2017. *Sikap Pustakawan Terhadap Pelanggaran Hak Cipta atas Buku (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga)*.
- Salim dan Haidir, 2019. *“Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan dan Jenis”* Jakarta: Kencana
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*,
- Sobur, Alex. 2003. *“Pengantar Psikologi Umum dalam Lintas Sejarah”*, (Bandung: CV. Pustaka Setia)
- Sulastiyono, Agus.2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*, alfabeta (Bandung)
- Sulastiyono. 2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel* (Bandung: Alfabeta)
- Sulistianingsih, Mia, et al., eds., 2024, *Pengaruh Customer Quality Atribut Hotel Syariah Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel. Inovasi Makro Ekonomi (IME)*, 6(3).
- Sulistiono, Ari Budi. 2010. *‘Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap (Studi Pada Tamu Hotel Sronдол Indah Semarang)’ (Universitas Diponegoro)*.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suprianto, Bambang.2023.*Literature review: penerapan teknologi informasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik. Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, 8(2)

- Suryani, T. 2018. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Susepti, Amalia, et al., eds., 2017. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Tamu Hotel (Studi Tentang Persepsi Tamu Hotel Mahkota Plengkung Kabupaten Banyuwangi)', *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 50 No 4
- Tim penyusun, 2023. *Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi*. IAIN Parepare
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Viana, Maya, 2010. 'Persepsi Pelanggan Terhadap Pelayanan Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru' (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau,
- Walgito, Bimo. 2004. "Pengantar Psikologi Umum", (Yogyakarta: Andi Offset)





LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307**

**VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN
PENULISAN SKRIPSI**

NAMA MAHASISWA : ULFIYAH PUTRI ADHA BACHTIAR
NIM : 2020203893202025
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI : PARIWISATA SYARIAH
JUDUL : PERSEPSI TAMU TERHADAP LAYANAN
HOTEL SATRIA WISATA KOTA PAREPARE

PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara untuk Staf Hotel Satria Wisata Kota Parepare

1. Berapa lama rata-rata waktu yang dibutuhkan untuk memproses check-in tamu?
2. Bagaimana prosedur yang Anda lakukan untuk mempercepat layanan check-out?
3. Apakah terdapat batasan waktu tunggu dalam menanggapi permintaan tamu? Jika ada, berapa menit?
4. Bagaimana Anda menangani situasi ketika tamu merasa tidak puas dengan pelayanan?
5. Apakah terdapat prosedur operasional standar (SOP) yang mengatur pemberian informasi kepada tamu?
6. Seberapa sering dilakukan pemeriksaan kebersihan kamar dan perawatan fasilitas umum?
7. Motivasi apa yang mendorong Anda untuk memberikan pelayanan terbaik kepada tamu?
8. Menurut Anda, apakah reputasi hotel berpengaruh pada ekspektasi tamu akan layanan yang diterima?

9. Bagaimana Anda dan rekan menanggapi jika ada komentar/ review negatif dari tamu di media?
10. Apakah ada saran untuk memperbaiki sistem operasional pelayanan hotel?

Wawancara untuk Tamu Hotel Satria Wisata Kota Parepare

1. Berapa lama Anda menunggu untuk proses check-in saat tiba di hotel?
2. Bagaimana keramahan staf saat menyambut Anda di lobi/resepsionis?
3. Apakah informasi yang diberikan oleh staf saat check-in (seperti fasilitas, jam operasional, dll) akurat dan sesuai kenyataan?
4. Bagaimana tingkat kenyamanan kamar hotel (kebersihan, fasilitas kamar mandi, AC, dll)?
5. Ketika menginap, adakah situasi/kondisi tertentu yang memengaruhi persepsi Anda? (Contoh: cuaca, suasana hotel ramai)
6. Secara keseluruhan, seberapa puas Anda dengan layanan yang diterima selama menginap? (Skala 1-5)
7. Apakah Anda akan merekomendasikan Hotel Satria Wisata kepada teman/keluarga? (Ya/Tidak)
8. Menurut Anda, aspek layanan apa yang paling membutuhkan peningkatan di Hotel Satria Wisata?

Setelah mencermati instrument dalam penelitian proposal skripsi mahasiswa sesuai dengan judul di atas, maka instrument tersebut di pandang telah memenuhi kelayakan untuk di gunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, 22 Mei 2024

Mengetahui,

PembimbingUtama

Pembimbing Pendamping



(Dr.H.Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I)
NIP. 19700627 200501 1 005



(Adhithia Pahlawan Putra, M.Par.)
NIP. 19921110 202012 1 015

**SURAT KETERANGAN WAWANCARA STAF HOTEL SATRIA WISATA
KOTA PAREPARE**

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

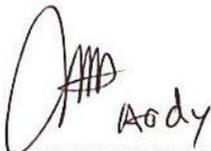
Nama : Ardi
Alamat : Jalan mattulau kompleks zam-zam
Umur : 41 tahun
Jenis Kelamin : LK
Pekerjaan : HRD Hotel Sahia

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Ulfiyah Putri Adha Bachtiar Mahasiswa Program studi Pariwisata Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare”**.

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

PAREPARE

Parepare, 30 Mei 2024

(..........)

Surat Keterangan Wawancara

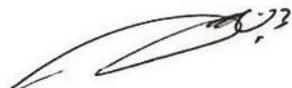
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RHP Amran H
Alamat : Jl-Petta Aldo (BTN GRUYA PUTRI PRATAMA)
Umur : 29
Jenis Kelamin : Perempuan.
Pekerjaan : Karyawan (Accounting)

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ulfiyah Putri Adha Bachtiar Mahasiswa Program studi Pariwisata Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare”**.

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 4 Juni 2024


(.....)

Surat Keterangan Wawancara

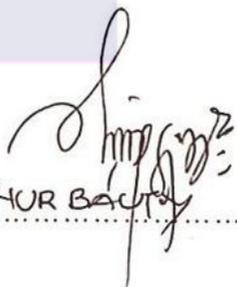
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NURBAUTY
Alamat : JL. ABU BAKAR LAMBOGO NO. 83.
Umur : 43 TAHUN.
Jenis Kelamin : PEREMPUAN
Pekerjaan : PEG. SWASTA (LEGALIEAS)

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ulfiyah Putri Adha Bachtiar Mahasiswa Program studi Pariwisata Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare”**.

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 04 JUNI 2024


(.....
NURBAUTY.....)

**SURAT KETERANGAN WAWANCARA TAMU HOTEL SATRIA WISATA
KOTA PAREPARE**

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dilla
Alamat : Sidrap
Umur : 22 tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ulfyah Putri Adha Bachtiar Mahasiswa Program studi Pariwisata Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare”**.

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare,

2024


(.....)

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fatimah Carlos

Alamat : Jl. Bau masepe

Umur : 22 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

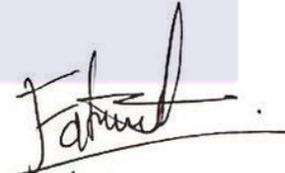
Pekerjaan : Mahasiswi

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Ulfyah Putri Adha Bachtiar Mahasiswa Program studi Pariwisata Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare”**.

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

PAREPARE Parepare,

2024


Fatimah
(.....)

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Junita Jufri
Alamat : Rappang
Umur : 21 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ulfyah Putri Adha Bachtiar Mahasiswa Program studi Pariwisata Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare”**.

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 18 Juni 2024



(.....)

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

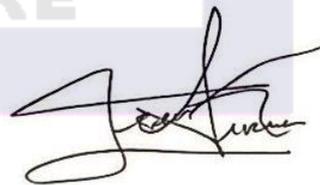
Nama : Muhammad Luthfi
Alamat : Jl. Beringin
Umur : 21 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Karyawan swasta

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ulfiyah Putri Adha Bachtiar Mahasiswa Program studi Pariwisata Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare”**.

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare,

2024



(.....)

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Helwan SE

Alamat : Makassar

Umur : 44 tahun

Jenis Kelamin : laki-laki

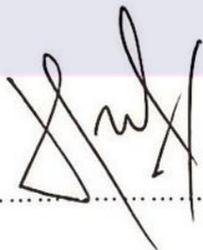
Pekerjaan : karyawan swasta

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ulfiyah Putri Adha Bachtiar Mahasiswa Program studi Pariwisata Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare”**.

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

PAREPARE Parepare,

2024

()

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : TPR ARI ANITO
Alamat : Jl. M. Gusup
Umur : 22
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ulfyah Putri Adha Bachtiar Mahasiswa Program studi Pariwisata Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare”**.

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 31 Mei 2024


(.....)

Surat Keterangan Wawancara

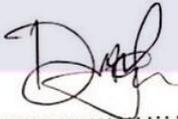
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Delia Intan Fadillah
Alamat : Jl. Jambu no.
Umur : 22 th
Jenis Kelamin : perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ulfiyah Putri Adha Bachtiar Mahasiswa Program studi Pariwisata Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare”**.

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 31 Mei 2024


(.....)

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Niar
Alamat : Sidrap
Umur : 25
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ulfiyah Putri Adha Bachtiar Mahasiswa Program studi Pariwisata Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare”**.

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 31 MEI 2024


(.....)

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kamila muhtar

Alamat : Jalan Jompie

Umur : 22 tahun

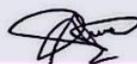
Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ulfiyah Putri Adha Bachtiar Mahasiswa Program studi Pariwisata Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare”**.

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 31 Mei 2024



(.....)

Surat Keterangan Wawancara

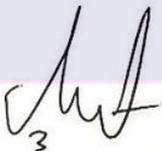
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DEA DIRMAN SAPUTRI
Alamat : JL. H. AGUSSALIM
Umur : 20 TH
Jenis Kelamin : PEREMPUAN
Pekerjaan : MAHASISWI

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ulfiyah Putri Adha Bachtiar Mahasiswa Program studi Pariwisata Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare”**.

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 31 Mei 2024


(.....₃.....)

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurlintang

Alamat : Bacukiki

Umur : 16

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Pelajar

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ulfiyah Putri Adha Bachtiar Mahasiswa Program studi Pariwisata Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare”**.

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 31 Mei 2024

PAREPARE


(.....)

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : wulan pratiwi
Alamat : Jalan Abu Bakar Lambogo
Umur : 21 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ulfyah Putri Adha Bachtiar Mahasiswa Program studi Pariwisata Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare”**.

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 31 Mei 2024



(.....)

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : FADLI ALAMSYAH

Alamat : JL. SOREANG

Umur : 21 TAHUN

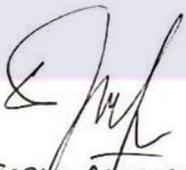
Jenis Kelamin : LAKILAKI

Pekerjaan : MAHASISWA

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ulfiyah Putri Adha Bachtiar Mahasiswa Program studi Pariwisata Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare”**.

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 31 mei 2024


(...FADLI ALAMSYAH.....)

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ESA
Alamat : Jl. Jendral Sudirman
Umur : 21 Tahun
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ulfiyah Putri Adha Bachtiar Mahasiswa Program studi Pariwisata Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare”**.

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 31 Mei 2024


(.....
ESA.....)

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Satnia dwi putri

Alamat : Jalan Pendidikan

Umur : 22 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : mahasiswa

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ulfiyah Putri Adha Bachtiar Mahasiswa Program studi Pariwisata Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare”**.

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 31 MEI 2024



(.....)

Surat Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Kahfi

Alamat : Perumnas

Umur : 22 tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Pekerjaan : karyawan swasta

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Ulfiyah Putri Adha Bachtiar Mahasiswa Program studi Pariwisata Syariah, yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan Hotel Satria Wisata Kota Parepare”**.

Demikian surat keterangan ini digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 31 Mei 2024


(.....)

SURAT IZIN MENELITI DARI IAIN PAREPARE

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-1648/In.39/FEBI.04/PP.00.9/05/2024 22 Mei 2024
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : ULFIYAH PUTRI ADHA BACHTIAR
Tempat/Tgl. Lahir : PAREPARE, 22 Pebruari 2002
NIM : 2020203893202025
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Pariwisata Syariah
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : JL.TAEBE, KEL. BUKIT HARAPAN, KEC. SOREANG, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

PERSEPSI TAMU TERHADAP LAYANAN HOTEL SATRIA WISATA KOTA PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 22 Mei 2024 sampai dengan tanggal 28 Juni 2024.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

SURAT IZIN PENELITIAN DARI DINAS PENANAMAN MODAL

SRN IP0000374


PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email apmptsp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : **374/IP/DPM-PTSP/5/2024**

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KEPADA
NAMA : **ULFIYAH PUTRI ADHA BACHTIAR**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
Jurusan : **PARIWISATA SYARIAH**

ALAMAT : **JL. TAEBE KOTA PAREPARE**

UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **PERSEPSI TAMU TERHADAP LAYANAN HOTEL SATRIA WISATA DI KOTA PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **HOTEL SATRIA WISATA KOTA PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **27 Mei 2024 s.d 27 Juni 2024**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **29 Mei 2024**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA PAREPARE**


Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pembina Tk. 1 (IV/b)
NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan BSR-E
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPPTSP Kota Parepare (scan QRCode)



Badan Sertifikasi Elektronik



KETENTUAN PEMEGANG IZIN PENELITIAN

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, harus melaporkan diri kepada Instansi/Perangkat Daerah yang bersangkutan.
2. Pengambilan data/penelitian tidak menyimpang dari masalah yang telah diizinkan dan semata-mata untuk kepentingan ilmiah.
3. Mentaati Ketentuan Peraturan Perundang -undangan yang berlaku dengan mengutamakan sikap sopan santun dan mengindahkan Adat Istiadat setempat.
4. Setelah melaksanakan kegiatan Penelitian agar melaporkan hasil penelitian kepada Walikota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare) dalam bentuk Softcopy (PDF) yang dikirim melalui email : litbangbappedaparepare@gmail.com.
5. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang Surat Izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Lembar Kedua Izin Penelitian

PALEMBANG
PAREPARE

SURAT SELESAI MENELITI



SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN

Yang Bertanda Tangan dibawah ini :

Nama : ARDIANSYAH
NIP : HSW-00027
Jabatan : Human Resource Development

Menerangkan Bahwa Mahasiswa (i) Yang Tersebut Dibawah ini :

Nama : ULFIAH PUTRI ADHA BACHTIAR
Universitas/ Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
Jurusan : PARIWISATA SYARIAH
Alamat : JL. TAEBE KOTA PAREPARE
Untuk : melaksanakan penelitian/ wawancara dalam kota parepare

Telah melaksanakan penelitian pada HOTEL SATRIA WISATA KOTA PAREPARE sesuai dengan surat rekomendasi penelitian No. 374/IP/DPM-PTSP/5/2024 tanggal 29 Mei 2024 Untuk memperoleh data/ Keterangan dengan judul Penelitian * PERSEPSI TAMU TERHADAP LAYANAN HOTEL SATRIA WISATA DI KOTA PAREPARE *

Demikian surat Keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare 28 Juni 2024
An head human resource development



DOKUMENTASI





BIODATA PENULIS



ULFIYAH PUTRI ADHA BACHTIAR. Lahir pada tanggal 22 Februari 2002 di Kota Parepare. Peneliti merupakan anak pertama dari 3 bersaudara. Ayah bernama Bachtiar Muchtar dan Ibu bernama Marhamah Muhammadiyah. Adapun riwayat pendidikan peneliti yaitu pada tahun 2008-2014 di SD Negeri 71 Parepare. Kemudian lanjut pada tahun 2014-2017 di Sekolah Menengah Pertama SMP Negeri 2 Parepare. Tahun 2017-2020 menempuh pendidikan di SMA Negeri 1 Parepare. Dimana setelah kelulusan pada tahun 2020 melanjutkan pendidikan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dan mengambil Program Studi Pariwisata Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penulis pernah menjadi salah satu pengurus dalam Himpunan Mahasiswa Program Studi Pariwisata Syariah sebagai anggota Devisi Humas. Selain itu juga menjadi Devisi Acara dalam Kegiatan FEBI FEST pada tahun 2021.