

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Hotel Grand Royal Panghegar berdiri sejak tahun 1922 dengan nama Hotel Van Hengel milik Ny. Anna Marie Meister, seorang warga Italia. Pada saat itu Hotel ini hanya tersedia 40 kamar dengan keadaan bangunan yang terpisah-pisah dan merupakan sebuah “HOTEL PENSION HENGEL”, yaitu jenis Hotel dengan fasilitas tamu tetap dalam jangka waktu panjang atau Long Staying Guests yang menyewa kamar secara bulanan dimana sewa kamar disatukan dengan biaya makan dan minum.

Dalam tahun 1956, Hotel Van Henger oleh Ny. A. M. Meister dijadikan sebuah NV (Naamioze Vennot Schap) dengan penambahan jumlah kamar menjadi 48 kamar, dibawah pengelolaan Ny. Meister, Hotel Van Henggel telah terkenal sebagai Hotel yang sangat memuaskan dalam service/ pelayanan, kondisi ruangan serta makanan dan minuman yang memenuhi selera tamu.

Pada akhir tahun 1958, Ny. Meister kembali ke Italia, dua tahun kemudian tahun 1960 beliau memberikan kesempatan kepada Bapak Ruhiyat untuk membeli saham- saham Hotel Pension Van Hengel.

Pada tahun 1960 Hotel Van Hengel dibeli oleh Bapak Hek Ruhiyat yang sebelumnya adalah salah satu karyawan dari Hotel Van Hengel sejak tahun 1943, untuk menyesuaikan Hotel yang beralokasi di tanah Parahyangan maka Bapak

Ruhyat mengganti nama Hotelnya menjadi Hotel Panghegar yang berasal dari kata Bahasa Sunda yang berarti Tempat Bersih Dan Menyenangkan, sejak saat itu fasilitas Hotel ditingkatkan dengan melengkapi kamar dengan kamar mandi sendiri dengan jumlah 48 kamar.

Selanjutnya pada tahun 1963 semua saham Hotel Van Hengel telah dibeli oleh Bapak Ruhyat yang sekaligus menjadi pemilik perusahaan tersebut hingga saat ini. Pada tahun 1963 Dewan Pariwisata Indonesia menunjuk Hotel Panghegar menjadi Hotel Pariwisata dengan surat keputusan No. 1324'KT/63.

Pada tahun 1968 berkat usaha yang ulet dan keinginan untuk maju Bapak Ruhyat berhasil menambah jumlah kamarnya menjadi 68 kamar dan semua fasilitasnya diganti mengarah kepada persyaratan Standard International, seperti Air panas, Radio, Telephone, Televisi, Air Conditioning, Wall to wall, Conference Room. Disamping fasilitas kamar yang ditingkatkan sehingga tidak heran pada tahun 1970-an Hotel PANGHEGAR sering menolak tamu, karena kekurangan kamar. Pada tahun itu juga Hotel PANGHEGAR menjadi perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT).

Pada akhir tahun 1972, Hotel Panghegar mengajukan permohonan kredit investasi kepada pemerintah (PMDN). Kredit ini berhasil didapat melalui Bank Pembangunan Indonesia (BAPINDO). Dengan menggunakan kredit ini Hotel Panghegar, membangun lagi kamar-kamar serta menambah fasilitas dengan taraf internasional. Peluasan bangunan dilaksanakan secara bertingkat dan menggunakan 2 buah evaluator, dengan pembangunan ini jumlah kamar Hotel

Panghegar menjadi 123 kamar. Pada akhirnya tahun 1976, pada pembangunan berlantai 6 itu dibangun kembali kamar-kamar sehingga berjumlah 125 kamar dan dilengkapi dengan lift.

Pada tahun 1981 Hotel Panghegar mengadakan Renovasi lagi dan menambah kamar sebanyak 79 kamar, sehingga jumlah kamar seluruhnya adalah 202 kamar. Tahun 1982 kembali renovasi dengan membongkar 32 kamar dan mendirikan bangunan baru dengan 10 lantai, sehingga mencapai jumlah 234 kamar. Penambahan kamar sangat penting mengingat jumlah tamu yang semakin meningkat, ditambah dengan realisasi pemerintah dalam REPELITA PERTAMA, yang salah satu sarannya adalah Peningkatan Kepariwisata yang saat itu diresmikan langsung oleh Menteri PERPOSTEL Bapak Achmat Taher. Dengan digunakannya kamar sebagai Office dan Meeting Room, maka kamar yang dioperasikan 185 kamar.

Di tahun 2009 Hotel Grand Royal Panghegar melakukan pengembangan lagi dengan membangun condotel, apartemen high end, commercial area, office park dan merenovasi beberapa fasilitasnya seperti swimming pool, Pakuan Café, Lobby Lounge, Atrium Lobby dan Ballroom.

3.1.1. Profil Hotel Grand Royal Panghegar

Melalui perkembangan dan pengalaman yang sukses dalam mengoperasikan dan mengelola beberapa hotel, baik itu milik sendiri ataupun milik pihak ketiga, dibawah kepemimpinan Ir. Cecep Rukmana, MM, Putra tunggal pendiri perusahaan yang juga Sekertaris Jendral BPP PHRI, PT. Hotel

Panghegar berkembang dan menjadikan manajemen mutunya untuk dikembangkan menjadi sebuah jenis usaha baru, yaitu:

1. PT. Panghegar Hospitality Management

PT. Panghegar Hospitality Management inilah yang akan mengelola Management dan Operasional Hotel-hotel dibawah naungan Hotel Panghegar Group lainnya.

2. PT. Panghegar Putra Saptawisata (PATRA)

Biro Perjalanan Wisata Panghegar didirikan pada tahun 1996 dengan nama PT. Panghegar Putra Saptawisata bertempat di Jl. Merdeka No. 2 Bandung. Melayani tiket penerbangan, reservasi hotel, paket tour, transportasi dan MICE and spesialisasi paket Umroh dan Haji.

3. Lembaga Pendidikan Terapan Panghegar (LPTP)

Lembaga pendidikan terapan panghegar yang berada di Jl. Belitung No. 3 Bandung. Membuat sebuah program edukasi yang memberikan pengetahuan pratikal yang luas kepada siswanya agar siap untuk memulai Ikarinya di sektor perhotelan.

4. PT. Panghegar Kana Properti

PT. Panghegar Kana Properti adalah unit bisnis dari panghegar group yang merupakan perusahaan pengembang yang menkhususkan bisnisnya pada bidang properti berlokasi di Jl. Merdeka No. 2 Bandung.

5. Van Hengel Catering Service

Panghegar catering adalah unit usaha terbaru dari Panghegar Group yang berlokasi di Jl. Belitung No. 3 Bandung. Chef yang menangani panghegar

catering ini yaitu Bapak Rochendi, yang telah memenangkan 10 kali Program televisi *Allez cuisine* di Indosiar

6. Panghegar Laundry

Panghegar Laundry berlokasi di Jl. Belitung No. 3 Bandung. Yang memiliki peralatan yang terbaru, pengalaman perusahaan pada kecepatan pelayanan pelanggan, dan tatakrama yang baik di setiap situasi.

7. PT. Panghegar Kana Legacy

PT. Panghegar Kana Legacy adalah perusahaan terbaru dari Hotel Panghegar Group, bergerak di bidang usaha Property Development, perusahaan ini dikhususkan untuk membangun properti bersifat Resort.

Kantor Pusat

Nama perusahaan : PT HOTEL PANGHEGAR

Alamat : Jl. Merdeka No. 2 Bandung

No.Akte Pendirian Bangunan : No. 73 tgl. 19 April 1960

Nomer Izin Usaha : 556/Si.032-SW-Diparda Tahun 2002

Nomor PWP : 01.104.762.8-441.000

Surat Izin Usaha : Kep 41/IUH/VII/87

Tanda Daftar : 101115500070

Luas Lahan Tanah : 7.431 m²

Luas Bangunan : 15.816 m²

Luas Tanah Pengembangan : 3.160 m²

Luas Bangunan Apart : 63.405 m²

Tipe kamar, jumlah, dan ukuran Hotel Grand Royal Panghegar:

Tabel 3.1

Room type Grand Royal Panghegar

Room Type	Total Of Room	Size
Deluxe	124	26.20 SQM
Deluxe Condotel	224	33.5 SQM
Executive	6	33.5 SQM
Service Apartment	20	45.5 SQM
Executive Condotel	44	39.75 SQM
Junior Suite	4	53.5 SQM
Executive Suite	18	61.28 SQM
Emerald Suite	16	74.96 SQM

3.1.2. Visi, Misi, Filosofi dan Tujuan Hotel Grand Royal Panghegar

Visi

Selalu mengembangkan usaha yang berkelanjutan dengan profesionalisme, kekuatan team dan kekeluargaan, serta untuk menjadi perusahaan modern terkemuka.

Misi

- Menumbuh kembangkan usaha yang prima sesuai dengan kompetensi dan sumberdaya yang dimiliki.
- Menjadi kebanggaan sebagai perusahaan nasional yang profesional, inovatif dan kreatif dengan mengedepankan kearifan lokal , untuk memberikan kepuasan pelanggan, serta menghasilkan produk dan jasa yang mempunyai keunggulan kompetitif.
- Memberikan nilai tambah kepada shareholder, employees dan community untuk memberikan kontribusi pada ekonomi nasional.

Filosofi

Pengabdian yang tulus, berdasarkan kerja keras, mandiri, inovatif dan proaktif serta saling percaya, untuk memuaskan pelanggan dengan mengantisipasi lingkungan sekaligus melestarikan budaya nasional.

Tujuan

- Karyawan

Karyawan diperlakukan layaknya pelanggan ,yang didasarkan pada kejujuran, keterbukaan, kepercayaan, integritas, loyalitas, dan komitmen serta tanpa mengenal diskriminasi. Perusahaan

menawarkan kondisi kerja yang menantang dan stabil dengan pemberian kompensasi dalam hubungan timbal balik yang adil.

- Pelanggan

Memuaskan kebutuhan pelanggan bisa berarti terjaminnya kesejahteraan dan keamanan kita. Hal ini berarti dengan memberikan pelayanan prima kepada pelanggan, akan tercipta hubungan yang langgeng dengan pelanggan melalui pemberian perhatian, informasi, dan komunikasi.

- Supplier/ pemasok barang

Mengembangkan hubungan yang langgeng dengan supplier dan pembelian barang dari mereka dengan harga terjangkau dengan tetap memperhatikan kualitas.

- Masyarakat Umum

Memelihara kebanggaan masyarakat atas keberadaan Panghegar Group dengan memberikan tanggung jawab sosial serta program pengembangan masyarakat atas dasar kerjasama.

- Pemerintah

Mendukung sepenuhnya program pemerintah dalam hal mengembangkan dunia usaha yang sehat dan kewajiban membayar pajak.

3.1.3. Logo Hotel Grand Royal Panghegar



GRAND ROYAL PANGHEGAR HOTEL & CONVENTION

3.1. Gambar logo Hotel Grand Royal Panghegar

3.1.4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi pada Hotel Panghegar dibuat pada tahun 1986. Adapun susunannya adalah sebagai berikut:

Pimpinan

Yang dimaksud pimpinan adalah para dewan direksi yang terdiri dari:

- Presiden Direktur
- Wakil Presiden Direktur
- Direktur Operasi
- Direktur Keuangan
- Direktur Pembelian
- Direktur Pemasaran
- Direktur Personalia

Adapun tugas, wewenang, dan tanggung jawabnya adalah sebagai berikut:

A. Presiden Direktur/Wakil Presiden Direktur

- a. Mengurus segala keperluan yang berhubungan dengan urusan hotel, bertanggung jawab akan kelancaran jalanya perusahaan.
- b. Merencanakan, mengatur, mengawasi pekerjaan semua bidang dan bagian perusahaan supaya seluruh pekerjaan berjalan lancar.
- c. Menyelesaikan urusan-urusan yang berhubungan dengan pemerintahan dan pihak luar perusahaan.

B. Direktur Operasi

Direktur operasi mempunyai tugas, wewenang, dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Memimpin kegiatan operasional perusahaan dan mengkoordinir pekerjaan manajer-manajer dengan melimpahkan wewenang tugas dan tanggung jawab kepada General Manager.
- b. Memberikan instruksi-instruksi kepada bawahan.
- c. Memimpin operasional perusahaan serta berwenang mengambil kebijakan-kebijakan. Direktur operasi ini membawahi:
 - Executive Assistant Manager
 - House Keeping Department
 - o Room Section
 - o Linen Section
 - Front Office Department

- Reception
- Reservation
- Security Department
- Minor Operation Department
 - Business Centre Section
 - Fitness Centre Section
 - Barber Shop
- Power Mechanic Department
 - High Light and Power
 - Repair Maintenance Section
- Main Kitchen Department
 - Food Beverage Manager
 - Cook Section
 - Butcher Section
 - Pastry Section
- Food and Beverage Section Department
 - Restaurant Section
 - Room Service Section
 - Banquet Section

C. Direktur Keuangan

Direktur keuangan memiliki tugas, tanggung jawab dan wewenang:

- a. Memimpin pengelolaan keuangan hotel termasuk pengaturan uang untuk berbagai keperluan dan perencanaan keuangan untuk jangka pendek maupun jangka panjang
- b. Merencanakan dan menyediakan dana yang cukup untuk keperluan perusahaan dan mencapai posisi keuangan yang sehat.
- c. Berkenan mengeluarkan kebijakan perusahaan.

Direktur keuangan dibantu oleh Comptroller membawahi:

– Accounting Department

- General Cashier
- Income Audit
- Credit Section
- Cost Control

D. Direktur Pembelian

Direktur pembelian mempunyai wewenang, tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Membuat laporan-laporan pembelian dan membina hubungan baik dengan perusahaan lain.
- b. Memenuhi berbagai permintaan dari berbagai bagian dalam perusahaan akan barang-barang serta perlengkapan baik yang berasal dari permintaan akan pembelian atau catatan barang-barang.

- c. Meneliti macam-macam barang dan perlengkapan yang akan dibeli untuk mengetahui materi yang dibutuhkan, berapa banyaknya dan kapan harus dibeli.
- d. Menetapkan pesanan pembelian dan melakukan segala langkah untuk menghasilkan persetujuan pembelian yang memuaskan.

Direktur Pembelian membawahi:

– Purchasing Department

- Receiving
- Store Section
- Buyer

E. Direktur Pemasaran

Direktur Pemasaran memiliki tugas, wewenang dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Mengatur segala hal tentang penjualan industri hotel, meliputi penyajian iklan, brosur-brosur dan hal-hal yang berhubungan dengan pemasaran.
- b. Memberi Kebijakan tentang pemberian potongan tarif kamar dan membina hubungan baik dengan perusahaan lain.
- c. Mengambil keputusan-keputusan yang berhubungan dengan faktor intern (kebijakan promosi dan penentuan harga) dan faktor ekstern (analisis pasar).

Direktur pemasaran membawahi:

- Marketing Sales dan Public Relations
 - o Sales Section
 - o Public Relation Section
 - o Panghegar Courection Section

F. Direktur Personalia

Direktur Personalia memiliki tugas, tanggung jawab, dan wewenang:

- a. Mengatur Perihal upah, jaminan, sosial dan hal ikhwal kepegawaian.
- b. Menyelenggarakan administrasi kepegawaian dan lainnya yang menyangkut pendidikan.
- c. Mempersiapkan kebutuhan tenaga kerja bagi perusahaan melalui rekrutmen, seleksi, training.
- d. Merencanakan dan menyelenggarakan peningkatan keterampilan para karyawan dengan mengadakan latihan-latihan intern dan mengikutsertakan karyawan pada kursus-kursus ekstern.
- e. Mengurus tata usaha pensiun yang meliputi administrasi dan perhitungannya.
- f. Melaksanakan pelayanan administrasi dan pengobatan pada poliklinik dan kesejahteraan dan pembayaran gaji.

Departement personalia dibantu oleh Human Resources Devision manager membawahi:

- Career Planning Development
- Personel Manager

- Payroll Section
- Administrasi Section
- Industrial Relation
- Training

3.1.5. Deskripsi Pekerjaan atau Jobdesk

Direktorat Keuangan

Accounting Department

- Membuat dan menerima laporan dari semua kegiatan dalam hal statistik, velocity yang menggunakan data harian, mingguan, bulanan dan tahunan
- Mengatur the flow of document financialstatement yang up to date
- Mengawasi penagihan piutang secara up to date
- Membuat laporan analisis statement ratio yang disusun secara bulanan
- Menghitung pacak secara keseluruhan
- Melakukan fungsi akuntansi secara keseluruhan

Direktorat Personalia

- Penerimaan dan seleksi pegawai
- Mencatat keterangan setiap karyawan
- Mencatat kondite setiap karyawan sebagai dasar pertimbangan untuk promosi

- Menangani perubahan status karyawan dan menyimpan file secara up to date
- Mempersiapkan personel recourt untuk payroll information
- Membantu karyawan dalam persoalan pribadi terutama yang menyangkut pekerjaan
- Melakukan program pelatihan
- Merencanakan kebutuhan tenaga kerja

Direktorat Operasi

Front Office Department

- Menerima pesanan kamar
- Membuat *Administration Checking*
- Melakukan prosedur *Check in*
- Melakukan dinas malam sesuai dengan prosedur
- Melakukan prosedur *Check Out*
- Membagi *Shift* dan waktu karyawan
- Membagi tugas karyawan
- Melayani telepon dan telex
- Menyiapkan pelayanan khusus untuk tamu VIP

House Keeping Department

- Membuat laporan tentang kamar-kamar
- Melakukan pembersihan kamar-kamar
- Memenuhi kebutuhan *room of guest suppliest*
- Melakukan sistem pembersihan kamar dan ruangan umum

- Memberikan pelayanan khusus kepada tamu VIP
- Membuat jadwal tenaga kerja karyawan

Food And Beverage Department

- Mengatur dan merencanakan menu makanan
- Membuat resep makanan
- Memberi pelayanan di *Coffee Shop* dan *Kitchen*
- Memenuhi kebutuhan pesanan semua departmen
- Mengontrol dan menganalisa bahan makanan
- Menyetujui *Banquette*
- Memberikan pelayanan khusus tamu VIP

Marketing Sales and Public Relations

- Menyiapkan kebijakan untuk mendukung pelaksanaan tanggung jawab yang dibebankan kepada Marketing Sales dan Public Relations
- Melakukan analisis pasar dan pesaing
- Membina hubungan dengan perusahaan-perusahaan yang memberikan keuntungan perusahaan
- Berpartisipasi dalam menyusun strategi kebijakan penetapan/pengembangan harga diskon dan komisi
- Meneliti kembali 'promotion materials' secara regular untuk memastikan bahwa hal tersebut ada dalam kondisi dan penyebaran yang baik

- Memastikan bahwa hubungan dengan masyarakat terbina dengan baik dan kegiatan-kegiatan di hotel yang positif dapat selalu dimuat dalam pemberitaan baik di Koran maupun televisi
- Membina hubungan baik dengan pelanggan dan calon pelanggan guna tercapainya kepuasan yang diharapkan

Laundry Department

- Memberikan pelayanan pencucian dan penyetrikaan pakaian tamu menginap
- Memberikan pelayanan pencucian dan penyetrikaan untuk umum

Engineering Department

- Melakukan prosedur kontrol dari *Head and Light Power*
- Melakukan kontrol atas *Repair and Maintenance*
- Membuat jadwal dari *Maintenace and Overhaul*

Security Department

- Bertanggung jawab atas keamanan hotel secara keseluruhan

3.1.6. Sumber Daya Manusia

Rekrutment

Pada dasarnya pengadaan pegawai PT. Panghegar dilakukan berdasarkan kebutuhan, dalam rangka mengisi farmasi yang kosong sebagai akibat seperti berikut:

- Pegawai yang pensiun

- Pegawai yang berhenti atau pindah
- Pegawai yang meninggal dunia
- Pegawai yang dikeluarkan oleh perusahaan
- Penambahan pegawai karena adanya pengembangan

Sedangkan untuk mengisi formasi yang kosong tersebut, dapat dilakukan secara internal dilakukan dengan mengambil karyawan dari dalam perusahaan untuk mengisi jabatan yang kosong. Sedangkan secara eksternal dilakukan dengan cara merekrut dari luar perusahaan. Sumber-sumber dari luar ini dapat diperoleh melalui: Lembaga Pendidikan, Department Tenaga kerja, dan Balai Latihan Kerja Industri.

3.2. Metodologi Penelitian

3.2.1. Metode Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan penelitian atau metode penelitian kuantitatif korelasional. Pendekatan penelitian korelasional merupakan penelitian untuk menguji hubungan antara variabel yang dihipotesiskan, ada hipotesis yang akan diuji kebenarannya. Hipotesis itu sendiri menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel, untuk mengetahui apakah suatu variabel berasosiasi atau tidak dengan variabel lainnya, atau apakah suatu variabel disebabkan atau dipengaruhi atau tidak oleh variabel lainnya. (Faisal, 2001 : 21-22, dalam Ardianto, 2011 : 50).

Pendekatan penelitian korelasional pada penelitian ini digunakan untuk menguji apakah terdapat Hubungan antara Citra yang berlaku (*current image*) dengan tingkat hunian (*occupancy*) kamar hotel Grand Royal Panghegar.

3.2.2. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono dalam Kriyantono (2012: 153) menjelaskan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik satu kesimpulan.

Populasi yang terpilih pada penelitian ini adalah tamu menginap Hotel Grand Royal Panghegar yang dipilih melalui jangka waktu yang telah di tentukan dengan beberapa perhitungan penelitian sehingga telah mewakili masyarakat. Dalam penarikan sampel, penulis menggunakan *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi sampel, teknik ini menggunakan Sampling random sederhana (*Simple Random Sampling*) dikatakan sederhana karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dipilih karena anggota populasi dianggap homogen. (Sugiyono, 2011 : 82)

Untuk mengukur populasi dan banyaknya sampel penulis menentukan melalui Tingkat Hunian Kamar Hotel (*occupancy*) pada tahun 2013, yaitu 72.24% dari keseluruhan tipe kamar yang terjual seperti berikut:

Date: 12/31/2013 Graph Data Period: This Month This Year

Data Graph Share

Hotel		Month To Date				Year To Date			
Hotel Name	Type	Percentage Occupancy	Occupied Rooms	Saleable Rooms	Average Room Rate	Percentage Occupancy	Occupied Rooms	Saleable Rooms	Average Room Rate
Panghegar	My Hotel	72.24	9,417	13,035	659,312	62.92	95,981	152,553	573,003
Savoy Homann	Direct Competitor	85.34	4,781	5,602	477,679	75.97	50,545	66,531	412,486
Horison	Direct Competitor	80.97	5,221	6,448	400,711	57.04	43,288	75,886	346,121
Jayakarta	Secondary Compe	77.88	4,976	6,389	404,779	27.74	18,631	67,160	360,261
Santika	Primary Competito	93.16	2,164	2,323	393,426	29.90	8,183	27,365	371,315
Perdana Wisata	My Hotel	0.00	0	3,720	0	0.15	67	43,785	183,572
Topaz	Primary Competito	80.96	2,534	3,130	247,154	26.67	9,469	35,510	230,469
Grand Preanger	Direct Competitor	76.57	4,439	5,797	488,623	67.71	46,263	68,330	396,229
Aston	Primary Competito	92.52	4,589	4,960	438,933	75.42	44,032	58,385	369,986
Kedaton	Primary Competito	58.80	1,901	3,233	265,734	17.08	6,888	40,323	225,364
Permata	Primary Competito	85.22	4,597	5,394	269,110	30.29	17,325	57,192	267,640
Grand Pasundan	Primary Competito	71.45	3,694	5,170	332,128	64.32	39,118	60,814	288,422
Novotel	Direct Competitor	94.95	4,592	4,836	579,011	83.06	47,296	56,941	490,851
Arion Swiss Bell	Primary Competito	91.68	2,899	3,162	290,169	77.14	28,706	37,214	276,973
Papandayan	Direct Competitor	78.28	4,174	5,332	611,543	21.68	13,338	61,531	520,019

(Sumber: Hotel Grand Royal Panghegar)

Gambar 3.2. Tingkat Hunian Kamar (*occupancy*)

Agar lebih jelas maka penentuan sampel yang diteliti akan diuraikan sebagai berikut:

Keterangan: Tamu menginap di Hotel Grand Royal panghegar, konsumen yang dipilih adalah konsumen yang menginap pada tanggal yang telah di tentukan penulis.

Penentuan ukuran atau jumlah sample juga bisa dilakukan dengan perhitungan statistik. Perhitungan statistik ini bisa diterapkan baik untuk populasi yang diketahui jumlahnya atau yang belum. Dan rumus yang dipakai dalam menentukan sampel ini adalah rumus *Isaac dan Michael* berdasarkan Sampling random sederhana (*Simple Random Sampling*) (Sugiyono, 2011 : 87). Jumlah Tingkat Hunian Kamar (*occupancy*) sebesar 62.92% menunjukkan bahwa ukuran populasi sebanyak 313. Menentukan sampel dilakukan secara proporsional, dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Dimana: S= Jumlah sample ; N = ukuran populasi ; λ^2 dengan dk = 1 : d = 0,05

P = Q = 0,5 , tarap kesalahan biasa 1% , 5% , 10 %

$$\text{Maka jumlah sample (S)} = \frac{1^2 \cdot 313 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2 \cdot (313-1) + 1^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5} = 75,98$$

Tabel 3.2 Pendistribusian sampel menurut okupansi hotel

Tahun	2013
Presentase Okupansi	62.92%
Saleable	152.553
Okupansi/ tahun	95.981
Okupansi/ bulan	9.417
Okupansi/ minggu	2.354
Okupansi/ hari	313
Jumlah Responden	76

3.2.3. Operasional Variabel

Penelitian ini adalah mencari hubungan antara variabel. Pernyataan masalah yang diajukan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu satu variable bebas (dengan simbol X) dan satu variabel terikat (dengan simbol Y). Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya, sedangkan variabel terikat adalah merupakan variabel yang

dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012:39). Penulis menguraikan operasional variabel sebagai berikut:

Tabel 3.3 Tabel Operasional Variabel

VARIABEL	KONSEP	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SKALA PENGUKURAN
Variabel X: Citra yang berlaku (current image)	Pandangan yang melekat pada pihak luar mengenai suatu organisasi	Persepsi Responden tentang citra yang berlaku (current image): 1. Keunggulan Asosiasi Merek	1. Pandangan Responden terhadap produk <i>Tangible</i> (Fasilitas Fisik): - Kepuasan responden menginap/ beristirahat di Hotel Grand Royal Panghegar. - Kepuasan responden terhadap fasilitas yang diberikan Hotel Grand Royal Panghegar. 2. Pandangan Responden terhadap <i>Intangible</i> : - Kepuasan responden terhadap fasilitas yang ditawarkan	Ordinal

			<p>Hotel Grand Royal Panghegar melampaui harapan yang diharapkan.</p> <p>3. Pandangan Responden terhadap Pelayanan kepada tamu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kepuasan responden terhadap kemampuan, ketepatan, keramahan pelayanan karyawan Hotel Grand Royal Panghegar. 	
		<p>2. Kekuatan Asosiasi Merek</p>	<p>1. Kepopuleran hotel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kepopuleran Hotel Grand Royal Panghegar dibandingkan hotel berbintang lainnya <p>2. Media Promosi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responden mengetahui tentang Hotel 	Interval

			<p>Grand Royal Panghegar melalui media promosi iklan di media cetak (pamphlet, majalah, koran, dll), elektronik (televise dan radio), dan media sosial (Instagram, facebook, twitter, dll)</p> <p>- Kemudahan yang dirasakan responden mencari informasi tentang Hotel Grand Royal Panghegar</p>	
		<p>3. Keunikan Asosiasi Merek</p>	<p>1. Pandangan responden tentang ciri khas:</p> <p>- Responden mengetahui <i>tagline</i> Hotel Grand Royal Panghegar “<i>Feel the sundanesse touch</i>”</p> <p>2. Pandangan responden tentang keunikan:</p> <p>- Ketertarikan</p>	Ordinal

			responden menginap di Hotel Grand Royal Panghegar karena konsep budaya sunda yang ditawarkan.	
Variabel Y: Tingkat Hunian Kamar (Occupancy)	Presentase dari kamar – kamar yang terisi atau disewakan kepada tamu yang di bandingkan dengan jumlah keseluruhan kamar yang disewakan yang diperhitungkan dalam jangka waktu, harian, bulanan, atau tahunan	1. Kamar Hotel	1. Responden merasa lokasi Hotel Grand Royal Panghegar strategis dan aksesnya mudah 2. Responden merasa puas terhadap penampilan eksterior dan interior kamar Hotel Grand Royal Panghegar 3. Responden merasa puas terhadap harga yang ditawarkan Hotel Grand Royal Panghegar. 4. Responden merasa puas terhadap layanan kamar yang	Ordinal

			<p>diberikan Hotel Grand Royal Panghegar</p> <p>5. Responden merasa puas terhadap kebersihan kamar Hotel Grand Royal Panghegar</p> <p>6. Responden akan merekomendasikan Hotel Grand Royal Panghegar kepada teman dan kerabat</p> <p>7. Responden akan kembali menginap di Hotel Grand Royal Panghegar</p>	
--	--	--	--	--

3.2.4. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Angket, yaitu serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, untuk diisi oleh responden yang dimaksud. (Ardianto, 2011: 162)
2. Wawancara, yaitu sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan responden atau orang di wawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara. (Ardianto, 2011: 163).
3. Kepustakaan, yaitu penggalan data dari sumber ilmiah dengan cara mencari dan mempelajari literatur, buku, jurnal, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti guna mendapatkan data-data yang diperlukan untuk menelaah teori dan pokok pikiran yang sesuai dengan masalah yang dibahas (Singarimbun dan Effendi, 1989 : 70).
4. Observasi, yaitu kegiatan mengamati secara langsung, tanpa mediator, sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut. (Kriyantono, 2012:110). Pengamatan yang dilakukan peneliti secara langsung dengan mengamati secara langsung mengamati langsung menjadi karyawan di hotel Grand Royal Panghegar.

3.2.5. Teknik Analisis Data

Untuk mencari koefisien korelasi, data dihitung dengan menggunakan rumus statistik *rank-spearman*. Teknik ini digunakan untuk mencari koefisien korelasi antara data ordinal/interval dan data ordinal lainnya. Dalam teknik ini setiap data dari variabel-variabel yang diteliti harus ditetapkan peringkatnya dari yang terkecil sampai terbesar (diranking).

Rank-spearman adalah yang paling awal dikembangkan dan yang paling dikenal dengan baik hingga kini. Statistik ini, kadang-kadang disebut *rho*, di sini ditulis *rs*. Ini adalah ukuran asosiasi yang menuntut kedua variabel diukur sekurang-kurangnya dalam skala ordinal, sehingga objek-objek atau individu-individu yang dipelajari dapat di-*ranking* dalam dua rangkaian berurut. Rumusnya sebagai berikut :

$$rho = 1 - \frac{6\sum d^2}{N(N^2 - 1)}$$

Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis nol dilakukan menggunakan nilai statistik uji-t dengan tingkat signifikan pada tabel T (1,993), rumus statistik uji-t:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-k-1}}{\sqrt{1-r^2}}$$

3.2.6. Uji Validitas dan Realibilitas

Dalam sebuah penelitian, apabila sudah mengukur gejala yang ditelitinya maka penulis harus menghitung uji validitas dan reliabilitas. Ketika penulis meneliti suatu masalah menggunakan kuesioner atau angket, angket atau kuesioner tersebut harus diuji validitas dan reliabilitas kepada responden yang setara dengan responden yang menjadi sample penelitian. Hasil uji validitas dan reliabilitas angket atau kuesioner ini menggunakan rumus statistic. Bilamana sudah dinyatakan valid dan reliable, baru instrument angket ini dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. (Ardianto, 2011:187).

Pada penelitian ini penulis menggunakan Program SPSS Versi 24 adalah sistem pengolahan data langsung dari kuesioner, yang dilakukan dengan memasukan data dari kuesioner kedalam kerangka tabel yang telah disiapkan, dengan proses perantara yaitu SPSS Versi 24 di mana penulis dapat menghitung Validitas dan Reliabilitas alat ukur dan dapat mengetahui suatu Hubungan/Korelasi antara variabel X dan variabel Y.

a) Validitas

Validitas adalah keabsahan atau akurasi suatu alat ukur. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu mengukur sesuatu. Untuk menguji validitas, ada beberapa langkah yang harus dilakukan, yaitu mendefinisikan secara operasional konsep yang akan di ukur, melakukan uji coba skala pengukur tersebut pada sejumlah responden, mempersiapkan table tabulasi jawaban, menghitung korelasi antara tiap -

tiap pernyataan dan skor total dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment* (Ancok, dalam Singarimbun dan Effendi, 1989: 124 - 137).

Dalam penelitian ini, pengukuran Validitas menggunakan rumus *Pearson R* yang terdapat dalam sistem pengolahan data langsung dari kuesioner, yang dilakukan dengan memasukan data dari kuesioner kedalam kerangka tabel yang telah disiapkan, dengan proses perantara yaitu SPSS Versi 24 di mana penulis dapat menghitung validitas tersebut. Teknik Analisis yang digunakan adalah “Koefisien korelasi *product moment pearson*, sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi *Product Moment*

n = Jumlah Responden

X = Jumlah skor Pertanyaan

Y = Jumlah skor total

Butir yang mempunyai korelasi positif dengan skor total serta korelasi yang tinggi menunjukkan bahwa butir tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula, syarat minimum dikatakan valid untuk variable penelitian adalah $r = 0,30$. dari rumus tersebut diperoleh nilai-nilai korelasi pearson. Hasil perhitungan dibandingkan dengan batas korelasi untuk meneliti kevaliditasnya. Secara statistik angka korelasi yang diperoleh harus dibandingkan kritik table korelasi nilai r. bila $r_{hitung} < r_{table}$ berarti data tersebut signifikan (*valid*) dan layak digunakan

dalam pengujian hipotesis penelitian. Setelah dapat ditentukan bahwa pertanyaan-pertanyaan item yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid, maka selanjutnya pertanyaan yang dinyatakan valid diuji reliabilitasnya.

Adapun langkah dalam menguji validitas butir angket adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis, yakni,

H_0 = Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktor.

H_1 = Skor butir berkorelasi

2. Menentukan nilai r – table

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak n , maka nilai r -table dapat diperoleh melalui df (*degree of freedom*) = $n - k$, k merupakan jumlah butir pertanyaan dalam suatu variable, butir pertanyaan dikatakan valid jika r -hitung yang merupakan nilai dari *Corrected Item- Total*.

3. Mencari r hasil untuk tiap item bisa dilihat pada kolom *Corrected Item – Total Correlation*.
4. Mengambil keputusan: dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

Jika r -hitung positif serta r hitung $>$ r table, maka butir/item butir valid, jika r -hitung negatif, serta r hitung $<$ r -table, butir tersebut tidak valid, jika r -hitung yang merupakan nilai *Corrected item – Total*.

b) Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauhmana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relative konsisten, alat ukur tersebut realibel. Dengan kata lain reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama.

Untuk menghitung reliabilitas ada beberapa teknik yang dapat digunakan yaitu teknik pengukuran ulang, teknik belah dua, dan teknik bentuk paralel. (Ardianto, 2011: 191). Pengukuran reliabilitas yang digunakan dalam penelitian adalah one shoot atau pengukuran sekali saja. Pengukuran kehandalan butir pertanyaan dengan sekali menyebarkan kuesioner pada responden, kemudian hasil skornya diukur korelasinya antar skor jawaban pada butir pertanyaan yang sama dengan bantuan komputer program: *Statistical Program For Society Science* (SPSS) dengan fasilitas *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpa $> 0,60$. Instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi jika nilai koefisien yang diperoleh lebih besar dari 0.60 atau 60%. (Ghozali, 2002: 133).

Tinggi rendahnya reliabilitas secara empiris ditunjukan oleh suatu angka yang disebut *Koefisien Realibilitas*, walaupun secara teoritis besarnya koefisien berkisar antara 0,00 – 1.00 dan juga dapat bertanda positif (+) maupun negatif (-). Dalam hal Reliabilitas koefisien yang besarnya kurang

dari Nol (0,00) tidak ada artinya karena interpretasi reliabilitas selalu mengacu pada koefisien yang positif.

Untuk uji reliabilitas menggunakan metode (rumusan) *Koefisien Alpha Cronbach's*.

Koefisien Alpha Cronbach's merupakan koefisien reliabilitas yang paling sering digunakan karena alasan koefisien ini menggambarkan variansi dari item-item baik untuk format benar/salah atau bukan. Sehingga koefisien Alpha koefisien Alpha Cronbach's merupakan koefisien yang paling umum untuk mengevaluasi *internal consistency*, Rumusnya :

$$r_{xx} = \alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \sum_{i=1}^n \sigma_i^2 \right)$$

Keterangan:

$r_{xx} = \alpha$ = Nilai reliabilitas Alpha

k = jumlah item pertanyaan

σ_i^2 = varians masing – masing item

σ_x^2 = varians total skor item dari responden