

***Expectations And Perceptions Of Guests Staying On Hotel Linen Cleanliness At Star  
Hotels In Berastagi Karo Regency***

**Robert Deffie<sup>1</sup>**

**<sup>1</sup>Politeknik Pariwisata Medan**

**Correspondence : Robert Deffie, Politeknik Pariwisata Medan**

**Email : robertdeffie@poltekparmedan.ac.id**

**ABSTRACT**

*It is undeniable and inevitable that the provision of decent, clean, and comfortable hotel rooms becomes the expectations and perceptions of guests according to their wishes, the most important thing is also how the hotel can provide good and quality linen, clean, and free from dirt that attached. The approach and type of research based on a qualitative approach with the type of descriptive research. Sampling by purposive sampling with a sample of 38 hotel guest respondents at three four-star hotels, namely the Sibayak International Hotel, Rudang Hotel, and Green Garden Hotel. The approach and type of research based on a qualitative approach with the type of descriptive research. Sampling by purposive sampling with a sample of 38 hotel guest respondents at three four-star hotels, namely the Sibayak International Hotel, Rudang Hotel, and Green Garden Hotel. The results showed that the expectations of guests staying who were expecting factors in the average result of the research respondents were 21 people (55%), which indicated that clean, high quality, fresh hotel linens were visible. New (new), (crisp, and smooth (smooth) in Berastagi, Karo Regency are not suitable and do not meet the expectations of hotel guests while staying. The perception of guests staying overnight which includes perceptual aspects, namely the cognitive aspect with an average of 26 people or 68% quite good, the affective aspect on average 19 people (50%) getting a bad impression, and the conative aspect on average 18 people (47 %) is still not good. The cleanliness of hotel linens is averagely 19 people (50%) based on the expectations and perceptions of hotel guests who stay less than fulfilling in reality.*

**Keywords: expectations, perceptions, hotel guests, hotel linen cleanliness linen**

**Harapan dan Persepsi Tamu yang Menginap terhadap Kebersihan Linen Hotel pada Hotel Berbintang di Berastagi Kabupaten Karo**

**ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Harapan dan Persepsi Tamu yang Menginap Terhadap Kebersihan Linen Hotel pada Hotel Berbintang di Berastagi Kabupaten Karo. Penelitian ini didasarkan pada faktor-faktor harapan yang meliputi kebutuhan pribadi, produk hotel yang ditawarkan dari publikasi media cetak, dan produk hotel yang tersedia pada hotel, dan aspek-aspek persepsi yang meliputi aspek kognitif, afektif, dan konatif, dan kebersihan linen hotel. Pendekatan dan jenis penelitian berdasarkan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel secara purpose sampling dengan sampel responden tamu hotel 38 orang pada pada tiga hotel berbintang empat, yaitu pada Sibayak Internasional Hotel, Rudang Hotel, dan Green Garden Hotel. Hasil penelitian*

menunjukkan bahwa harapan tamu yang menginap yang faktor-faktor harapan secara hasil rata-rata dari responden penelitian adalah 21 orang (55%), yang menunjukkan bahwa linen hotel yang bersih (*clean*), berkualitas tinggi (*high quality*), segar (*fresh*) terlihat baru (*new*), renyah (*crisp*), dan halus (*smooth*) di Berastagi Kabupaten Karo kurang sesuai dan kurang memenuhi harapan tamu hotel saat menginap. Persepsi tamu yang menginap yang meliputi aspek-aspek persepsi, yakni aspek kognitif secara hasil rata-rata 26 orang atau 68% cukup baik, aspek afektif secara rata-rata 19 orang (50%) mendapatkan kesan yang kurang baik, dan aspek konatif secara rata-rata 18 orang (47%) masih kurang baik. Kebersihan linen hotel secara rata-rata 19 orang (50%) berdasarkan harapan dan persepsi tamu hotel yang menginap kurang memenuhi dalam kenyataannya.

**Kata kunci:** *harapan, persepsi, tamu hotel, kebersihan linen hotel*

## PENDAHULUAN

Perkembangan yang cepat terhadap industri perhotelan sudah tidak terbantahkan lagi terutama bagi kota-kota besar di seluruh Indonesia. Tidak terkecuali di Provinsi Sumatera Utara dengan pusat unggulan destinasi pariwisata di Berastagi Kabupaten Karo. Sumatera Utara. Sebagai kota wisata yang berudara sejuk, di Berastagi banyak tumbuh dan berdirinya hotel berbintang yang tentunya menawarkan kepada tamunya untuk menginap sesuai dengan harapan dan persepsi tamu, baik dari tamu domestik maupun mancanegara.

Harapan dan persepsi tamu domestik memegang peranan penting yang tidak dapat diabaikan begitu saja. Harapan sebagai tamu hotel yang menginap dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya *personal needs*, *Explicit and implicit service promises*, *words of mouth communication*, dan *past experience* (Zeithaml dalam Tjiptono, 2004). Sudah pasti bahwa tamu hotel membutuhkan apa yang diinginkannya berdasarkan harapannya, produk hotel yang diterimanya dari internet dan sosil media, produk hotel itu sendiri, seperti lokasi, fasilitas, harga, informasi yang pernah didengarnya dari pihak lain, dan pengalaman terdahulu yang pernah dialaminya terhadap kebersihan linen hotel pada hotel berbintang.

Kebersihan linen hotel pada hotel berbintang, terutama pada kamar tamu hotel menjadi faktor penting yang berpengaruh terhadap harapan dan persepsi tamu yang menginap. Kurangnya kebersihan linen hotel dapat menjadikan permasalahan yang tidak bisa diabaikan begitu saja, karena harapan yang diinginkannya tidak sesuai dan menimbulkan persepsi yang negatif.

Linen hotel yang terdapat pada kamar tamu (*guestroom*) hotel merupakan anggaran modal (*capital budget*) daripada *housekeeping department* yang sangat mahal (*very expensive*) yang dilakukan pembelian dalam jangka tahun tertentu. Perawatan linen hotel harus dilakukan, seperti menyediakan linen yang cukup dalam operasional hotel dengan minimal tiga *par stock*, yakni 1 bagian digunakan didalam kamar tamu hotel (*linen in use*); 1 bagian linen bersih didalam linen room (*clean linen*); dan 1 bagian linen kotor di laundry (*soiled linen*). Untuk mempertahankan kebersihan linen hotel adalah seharusnya setelah dilakukan pencucian di laundry harus diistirahatkan selama 24 jam atau sehari, baru dapat digunakan sehari sesudahnya.

Hasil survei P & G Professional menunjukkan bahwa kebersihan 78% tamu hotel Trivago mengharapkan tingkat kebersihan diatas rata-rata dan menilai bahwa hotel yang bersih, terutama kebersihan linen hotel memberikan

peringkat hotel yang lebih tinggi. (<http://www.bighospitality.P&GProfession al.Com.April,2021>). Para manajer *housekeeping* percaya bahwa hal tersebut akan memperpanjang umur linen hotel, seperti sprei (*sheets*), sarung bantal (*pillow cases*), dan handuk mandi (*bath towels*).

Sukses atau tidaknya hotel tergantung pada penampilan (*appearance*) dan suasana (*atmosphere*) kamar tamu hotel, termasuk kebersihan linen hotel seperti sprei (*sheets*), sarung bantal (*pillow cases*), dan handuk mandi (*bath towels*). Kebersihan linen hotel tersebut di atas, bila sesuai dengan harapan dan persepsi tamu yang menginap akan menimbulkan kepuasan dan mempengaruhi tamu hotel, apakah dilain waktu dan kesempatan akan menginap kembali atau tidak.

## KERANGKA KONSEP

### Harapan

Teori harapan menunjukkan bahwa kekuatan atas keinginan atau daya tarik yang diikuti dengan hasil yang diperoleh individu (Robbins dan Judge, 2008, p.253). Harapan adalah apa yang dipikirkan konsumen yang harus disediakan oleh penyedia jasa. Harapan akan muncul saat konsumen membutuhkan suatu barang atau jasa. Harapan bisa dilihat bersarkan kebiasaan dan pengalaman masa lalu.

Menurut Zeithaml dalam Tjiptono (2004) Persepsi dan Ekspektasi konsumen Sebelum melakukan konsumsi akan suatu pelayanan, konsumen telah terlebih dahulu memiliki harapan (ekspektasi) terhadap pelayanan yang akan diterimanya.

Apa yang diharapkan pelanggan saat ini, belum tentu akan sama dengan apa yang diharapkan dimasa lalu atau masa yang akan datang. Zeithaml, Bitner dan Gremler (2009:75) mendefinisikan harapan sebagai berikut “*Customer Expectations are the standards of or reference points for performance againts which service experiences are compared and are often*

*formulated in terms of what customer believes should or will happen”*. Artinya harapan pelanggan adalah standar acuan yang menjadi petunjuk bagi pelanggan untuk kinerja pengalaman layanan yang akan dibandingkan sebelum membeli suatu produk dalam menilai kinerja produk tersebut.

Hill (1996) mendefinisikan harapan adalah apa yang konsumen pikirkan harus disediakan oleh penyedia jasa. Akan tetapi, harapan bukan merupakan prediksi dari apa yang akan disediakan oleh penyedia jasa. Allen (1998) menyebutkan teori harapan yang dikembangkan oleh Vroom yang dikenal dengan *Vroom’s Expectancy Model*, yaitu bahwa pada umumnya manusia memilih salah satu di antara beberapa alternatif perilaku manusia, karena manusia tersebut melakukan antisipasi yang secara khusus akan membawa seseorang kepada hasil sesuatu yang diinginkan dan perilaku yang akan membawanya kepada sesuatu yang tidak diinginkan. Dalam hal ini harapan (*expectancy*) dipercaya sebagai sesuatu yang diinginkan untuk mendapatkan hasil yang maksimal (dalam Sukoco dan Nilowardono, 2009).

### Persepsi

Persepsi adalah proses individu dalam mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensorisnya guna memberikan arti untuk lingkungannya (Robbins dan Judge, 2008,p.175). Persepsi didefinisikan sebagai suatu proses individu menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasi stimuli ke dalam suatu gambaran dunia yang berari dan menyeluruh. Stimuli yang ditangkap pancaindra, seperti produk, kemasan, iklan, harga, dan lain-lain (Simamora, 2008, p.102). Senada dengan Rangkuti (2009, p.105) persepsi merupakan proses individu untuk memilih, mengorganiasasi, dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang punya arti.

Banyak ahli yang mencoba mendefinisikan tentang persepsi, beberapa diantaranya adalah Sugihartono, dkk (2007) mengemukakan bahwa persepsi adalah kemampuan otak dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk ke dalam alat indera manusia. Persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang dalam penginderaan, ada yang mempersepsikan sesuatu itu baik atau persepsi yang positif maupun persepsi negatif yang akan mempengaruhi tindakan manusia yang tampak atau nyata.

Ada beberapa pengertian persepsi menurut para ahli, yaitu: Persepsi menurut Pride dan Ferrel dalam Fadila dan Lestari (2013) persepsi adalah segala proses pemilihan, pengorganisasian dan penginterpretasian masukan informasi, sensasi yang diterima melalui penglihatan, perasaan, pendengaran, penciuman dan sentuhan untuk menghasilkan makna. Menurut Boyd, Walker dan Larreche dalam Fadila dan Lestari (2013) persepsi (*perception*) adalah proses dengan apa seseorang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi.

#### **Wisatawan Domestik (*Tourist Domestic*) Dan Tamu Hotel (*Hotel's Guest*)**

Seorang warga negara suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan negaranya disebut sebagai wisatawan domestik. Misalnya warga negara Indonesia yang melakukan perjalanan ke Bali atau ke Danau Toba. Wisatawan ini disingkat wisnus atau wisatawan domestik.

Wisatawan domestik adalah wisatawan yang melakukan perjalanan wisata di dalam negara tempat berdomisili. Wisata domestik adalah kegiatan perjalanan seseorang menuju ke, kembali dari dan selama di destinasi tujuan di luar tempat tinggal dan bekerja, yang masih di dalam suatu negara domisilinya. Dengan kata lain wisata domestik dilakukan antar

destinasi di dalam suatu negara, yang destinasi tujuannya tetap di luar lingkungan tempat tinggal dan bekerja yang bertujuan untuk bersenang-senang.

Tamu hotel adalah setiap orang yang datang dengan tujuan untuk menginap di hotel dan atau mempergunakan fasilitas atau jasa-jasa hotel yang telah disediakan (Agusnawar, 2004:14). Dalam penelitian ini penulis lebih memfokuskan penelitian tentang harapan dan persepsi tamu hotel sebagai wisatawan domestik yang menginap terhadap kebersihan linen hotel pada hotel berbintang di Berastagi Kabupaten Karo, Sumatera Utara.

#### **Linen Hotel**

Linen *Section* dan tugasnya dalam pengelolaan linen adalah pengendalian seluruh linen-linen yang beredar setiap harinya dalam suatu hotel. Room linen adalah seluruh kain-kain yang terdapat dalam suatu kamar hotel yang meliputi, *bath towel, hand towel, face towel, towel, sheet, bath curtain, bed pad, bath mat.*

(Usin S Artyasa, 2005:112). Linen *section* adalah seksi yang bertanggung jawab terhadap pengadaan dan penggantian linen untuk keperluan *housekeeping*, restaurant, bar, banquet dan outlet lainnya. (Agustinus Darsono, 1995:82). Sedangkan pengertian linen itu sendiri adalah kain atau lena yang dipergunakan di dalam operasional hotel. (Bagyono dan Orbani Ludfi, 2003:91). linen adalah kain atau lena yang dipergunakan di dalam operasional hotel. Linen ini dibagi berdasarkan pemakaiannya, yaitu linen untuk Bagian *Housekeeping* dan linen untuk bagian *Food Beverage*.

#### **Pengelolaan Linen Hotel**

George Tucker, Madelin Schneider, dan Mari Scovak dalam bukunya *The professional Housekeeper* (1999) mengatakan bahwa "*Many housekeepers believe that it will prolong the life of bed linen, particularly blend sheet to give them a rest on the shelf before putting them into use*". Yang kalau diartikan bahwa para

manajer housekeeping percaya bahwa akan memperpanjang umur linen hotel seperti sprei bila diberikan istirahat pada rak penyimpanan sebelum menggunakannya. Lebih lanjut dikatakan oleh Margareth Kappa, Aleta Nitschke, dan Patricia B. Schppert dalam bukunya *Managing Housekeeping Operations* (2009) “*All linens should rest on shelves 24 hours after being washed to reduce wear and tear. How attractive and comfortable linens and beddings are is important to guest satisfaction*”. Jelaslah bahwa sebaiknya linen jangan digunakan sehabis proses pencucian di *laundry*, namun harus diistirahatkan dalam waktu 24 jam atau sehari sesudahnya untuk mengurangi faktor keausan dan bagaimana membuat linen hotel yang dipakai oleh tamu menarik, nyaman, dan memberikan kepuasan tamu hotel.

Margareth Kappa, Aleta Nitschke, dan Patricia B. Schppert dalam bukunya *Managing Housekeeping Operations*, (2009) mengatakan tentang linen hotel “*Because linen is a major investment, it is particularly important to minimize its disappearance or shrink as it is sometimes called. Shrink may occur from wear, improper use, and theft. The cost of linen can be reduced by hotel laundry items*”. Yang dapat diartikan bahwa dikarenakan linen adalah investasi besar, sangat penting untuk meminimalkan hilangnya atau menyusutnya linen. Penyusutan dapat terjadi karena keausan, penggunaan yang tidak semestinya, dan pencurian. Biaya linen dapat mengurangi keausan dengan tersedianya *laundry* hotel. Disamping itu juga penggunaan linen yang lebih baik - menggunakan handuk tamu untuk membersihkan tumpahan, misalnya dapat menyebabkan kerusakan permanen dan meningkatkan biaya linen.

### **Jenis Linen Hotel**

Linen dapat diklasifikasikan berdasarkan tempat penggunaannya: di tempat tidur, di kamar mandi, atau di ruang

makan. Bayangkan pengaruhnya pada bisnis hotel jika tamu menarik kembali selimut dan seprai untuk menemukan seprai usang, bernoda, dan kusut.

Margareth Kappa, Aleta Nitschke, dan Patricia B. Schppert (2009) menjelaskan bahwa “*Hotel sheets and pillowcases must not only be clean, they must look clean, crisp, and new. In addition, sheets and pillowcases must be comfortable*”. Yang dapat diartikan bahwa seprai dan sarung bantal hotel tidak hanya harus bersih, tetapi juga harus terlihat bersih, segar, dan baru. Selain itu, seprai dan sarung bantal harus nyaman. Banyak hotel menggunakan seprai dan sarung bantal putih polos. Beberapa seprai dan sarung bantal warnamengkoordinasikan dengan seprai dan dekorasi kamar lainnya untuk menambahkan sentuhan keanggunan.

### **Kebersihan Linen Hotel**

Kebersihan linen hotel, seperti seprai (*sheet*), sarung bantal (*pillow cases*), dan handuk mandi (*bath towel*) yang sesuai dengan harapan dan persepsi tamu yang menginap pada hotel berbintang akan menimbulkan kepuasan tamu (*guest satisfaction*). Hasil survei P & G Professional menunjukkan bahwa kebersihan 78% tamu hotel Trivago mengharapkan tingkat kebersihan diatas rata-rata dan menilai bahwa hotel yang bersih, terutama kebersihan linen hotel memberikan peringkat hotel yang lebih tinggi. (<http://www.bighospitality.P&GProfessional.Com>, 2021).

Berdasarkan pendapat Simon Hemmes (2017) tidak ada yang lebih baik daripada seprei putih yang segar dan segar di kamar hotel yang indah di penghujung hari. Bagaimana hotel menjaga seprei dan handuk tetap segar dan bersih. (<http://www.SimonHemmes.lodgingmagazine.com>). Lebih lanjut dikatakan bahwa salah satu cara menjaga handuk mandi tetap segar dan bebas jamur adalah dengan menggantung handuk setelah digunakan. Jika handuk

tidak digantung hingga kering setelah digunakan, jamur dapat tumbuh lebih mudah di handuk, menyebabkan bau apek, bahkan setelah dicuci.

Sudah seharusnya hotel mengganti linen hotel setiap kali tamu meninggalkan hotel (*check out*). Hotel dalam mempertahankan reputasinya yang baik terhadap tamu hotel untuk mengganti sprei (*sheets*), sarung bantal (*pillow cases*), dan handuk mandi (*bath towel*) karena hotel terbaik sangat teliti dalam mengganti semua linen sebelum kamar dinyatakan layak untuk ditempati, mereka selalu terlihat segar dan bersih.

## METODOLOGI

### Pendekatan dan jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, yaitu berusaha mendeskripsikan tentang harapan dan persepsi tamu yang meliputi faktor kebutuhan pribadi (*personal needs*), produk hotel yang ditawarkan dari publikasi internet media sosial, *travel agent* (*explicit service promises*), dan produk hotel yang tersedia pada hotel itu sendiri (*implicit service promises*) dan persepsi tamu hotel yang meliputi aspek kognitif, afektif, dan konatif terhadap kebersihan linen hotel pada hotel berbintang di Berastagi Kabupaten Karo.

### Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah tamu pada hotel berbintang empat di Berastagi Kabupaten Karo, yakni pada Sibayak Internasional Hotel, Rudang Hotel, dan *Green Garden Hotel*, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *Purpose-sampling*. *Purpose Sampling* adalah salah satu jenis Teknik pengambilan sampel yang biasa digunakan dalam penelitian ilmiah dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu.

(Sugiono, 2008). Tujuan utama dari *purpose sampling* untuk menghasilkan sampel yang secara logis dapat dianggap mewakili populasi. *Purpose sampling* adalah metode pengambilan sampel non-probabilitas yang dipilih berdasarkan penilaian peneliti yang dipercaya dapat dapat memperoleh sampel yang representatif dengan menggunakan penilaian yang tepat, yang menghemat waktu dan uang. Berikut Tabel 1 tentang jumlah sampel tamu hotel yang menginap sebagai berikut:

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Karakteristik Responden

Karakteristik responden tamu yang menginap pada tiga hotel berbintang di Berastagi Kabupaten yakni Hotel Sibayak Internasional, Rudang Hotel, dan *Green Garden Hotel* yang dalam penelitian ini diuraikan berdasarkan gender, asal daerah, dan pekerjaan.

#### Gender

Berdasarkan gender responden tamu hotel dalam penelitian ini bahwa gender responden dari tamu yang menginap pada Sibayak Internasional Hotel, Rudang Hotel, dan *Green Garden Hotel* di Berastagi Kabupaten Karo sebagai berikut:

Berdasarkan gender responden penelitian sebagai berikut:

Tabel Gender

No.	Keterangan	Jumlah (n)	Persentase
1.	Pria	23	61%
2.	Wanita	15	39%
	<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil olahan kuesioner, 2021

Berdasarkan Tabel yang menjadi responden yang berjumlah 38 orang didominasi oleh pria 23 orang (61%) dibandingkan yang wanita 15 orang (39%) yang mengindikasikan bahwa pria lebih

banyak mempunyai waktu dan kesempatan untuk menginap.

#### Asal Daerah

Berdasarkan asal daerah responden tamu hotel dalam penelitian ini bahwa gender responden dari tamu yang menginap pada Sibayak Internasional Hotel, Rudang Hotel, dan *Green Garden Hotel* di Berastagi Kabupaten Karo sebagai berikut:

Asal daerah responden penelitian sebagai berikut:

**Tabel Asal Daerah**

No.	Keterangan	Jumlah (n)	Persentase
1.	Medan	26	68%
2.	Batam dan Riau	7	18%
3.	Jakarta	5	14%
	<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil olahan kuesioner, 2021

Paada Tabel yang menjadi responden penelitian ini berasal dari Sumatera Utara, seperti Medan, Riau, Batam, Jakarta. Berdasarkan persentase adalah 26 orang (68%) dari Medan, 7 orang (18%) dari Batam dan Riau, 5 orang (14%) dari Jakarta.. Dapat dianalisis bahwa ternyata tamu hotel yang menginap pada hotel berbintang di Berastagi Kabupaten Karo lebih didominasi dari Medan.

#### Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan responden tamu hotel dalam penelitian ini bahwa gender responden dari tamu yang menginap pada Sibayak Internasional Hotel, Rudang Hotel, dan *Green Garden Hotel* di Berastagi Kabupaten Karo sebagai berikut: yang menginap pada hotel berbintang di Berastagi Kabupaten Karo sebagai berikut:

**Tabel Pekerjaan**

No.	Keterangan	Jumlah (n)	Persentase
1.	Pegawai Pemerintah	22	58%
2.	Swasta	10	26%
3.	Lain-lain (keluarga)	6	16%
	<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil olahan kuesioner, 2021

Berdasarkan Tabel yang menjadi responden penelitian ini 22 orang (58%) dari pegawai pemerintah, swasta 10 orang (26%), lain-lain (keluarga) 6 orang (16%). Dari data tersebut di atas dapat diketahui bahwa mayoritas tamu hotel yang menginap lebih di dominasi oleh pegawai pemerintah.

#### Pembahasan

Harapan dan persepsi tamu hotel terhadap kebersihan linen hotel yang menginap pada hotel berbintang, yakni pada Sibayak Internasional Hotel, Rudang Hotel, dan *Green Garden Hotel* di Berastagi Kabupaten Karo dianalisis berdasarkan faktor-faktor harapan tamu hotel yang meliputi kebutuhan pribadi (*personal needs*), produk hotel yang ditawarkan dari publikasi internet dan media sosial (*explicit service promises*), dan produk hotel yang tersedia pada hotel itu sendiri (*implicit service promises*) dan aspek-aspek daripada persepsi tamu hotel, yakni dilihat dari aspek kognitif, afektif, dan konatif. Dalam penelitian ini peneliti tidak memasukkan dan membahas keempat dan kelima dari faktor-faktor harapan menurut Zeithaml dalam Tjiptono (2004) dan berdasarkan aspek-aspek persepsi menurut para ahli Allport (dalam Mar'at, 1991), Baron, Byrne, dan Myers (dalam Gerungan (1996), Mahmud (1989), Bimo Walgito (2004), dan Asrori (2010).

#### Harapan dan Persepsi Tamu Yang Menginap

Harapan dan persepsi seseorang merupakan proses aktif yang memegang peranan, bukan hanya sesuatu yang diinginkan, stimulus yang mengenyainya tetapi juga individu sebagai kesatuan dengan pengalaman-pengalamannya, motivasi serta sikapnya yang relevan dalam menanggapi stimulus. Berdasarkan harapan dan persepsi tersebut dapat diartikan bahwa apa dipikirkan tamu hotel dapat disediakan oleh hotel sebagai proses

dimana individu mencoba menyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi dan pengalaman-pengalaman yang ada kemudian menafsirkan dalam gambaran dan sikap untuk menginap pada hotel berbintang di Berastagi Kabupaten Karo.

**Analisis Harapan Tamu Hotel**

Semakin tinggi harga kamar tamu hotel pada hotel berbintang tentunya berkorelasi dengan linen hotel yang bersih, berkualitas, lembut, segar (*fresh*) terlihat baru, renyah (*crisp*), dan halus (*smooth*). Linen hotel yang terdapat pada kamar tamu hotel berbintang idealnya mempunyai harga yang tinggi, makanya linen hotel mempunyai nilai asset hotel yang mahal, ketersediaan dan kecukupan linen hotel dan tersedianya proses pencucian (*laundry*) yang dapat menjamin kebersihan linen hotel, juga harus dipenuhi oleh manajemen hotel yang ingin dipandang mempunyai reputasi hotel berbintang yang tinggi.

Harapan tamu hotel dapat menjadi acuan standar dan petunjuk bagi

manajemen hotel dalam memberikan pelayanan (*hotel services*) terhadap produk dan fasilitas yang ditawarkan, khususnya pada kamar tamu hotel. Pada kamar tamu hotel terdapat tempat tidur (*bed mattress*) yang telah dipasang oleh sprei (*sheets*) yang dilapisi oleh selimut disela-sela sprei (*sheets*) dan juga bantal (*pillows*) yang dilapisi oleh sarung bantal (*pillowcases*) yang berwarna putih yang terdapat pada hotel berbintang.

Harapan tamu hotel yang menginap pada Sibayak Internasional Hotel, Rudang Hotel, dan *Green Garden Hotel* di Berastagi Kabupaten Karo ini dianalisis berdasarkan faktor-faktor harapan, yakni meliputi kebutuhan pribadi (*personal needs*), produk hotel yang ditawarkan dari publikasi internet dan media sosial (*explicit service promises*), dan produk hotel yang tersedia pada hotel itu sendiri (*implicit service promises*) yang dirangkum kedalam 5 butir pertanyaan yang hasilnya sebagai berikut:

**Tabel Harapan Tamu Hotel**

No.	Indikator	Sampel (n) dan Persentase (%)			Total
		Ya	Tidak	Ragu-ragu	
1	Produk linen hotel sesuai keinginan	16 42%	20 53%	2 5%	38 100%
2	Produk linen hotel sesuai kebutuhan	14 39%	20 53%	4 8%	
3	Produk hotel dari publikasi tertulis dengan yang ditawarkan	17 45%	19 50%	2 5%	
4	Kualitas produk linen hotel dengan harga kamar hotel	15 40%	22 58%	1 2%	
5	Kepedulian hotel terhadap linen hotel	13 35%	22 58%	3 7%	
	<b>Rataan</b>	<b>15 40%</b>	<b>21 55%</b>	<b>2 5%</b>	<b>36 100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data diolah)

Pada Tabel dapat dianalisis bahwa harapan tamu hotel yang menginap secara hasil rata-rata dari responden penelitian adalah 21 orang (55%) yang menunjukkan bahwa harapan tamu hotel yang menginap meliputi kebutuhan pribadi (*personal*

*needs*), produk hotel yang ditawarkan dari publikasi internet dan media sosial (*explicit service promises*), dan produk hotel yang tersedia pada hotel itu sendiri (*implicit service promises*) terhadap kebersihan linen hotel yang bersih (*clean*),

berkualitas tinggi (*high quality*), segar (*fresh*) terlihat baru (*new*), renyah (*crisp*), dan halus (*smooth*) yakni pada Sibayak Internasional Hotel, Rudang Hotel, dan *Green Garden* Hotel di Berastagi Kabupaten Karo kurang sesuai dari harapan tamu hotel berdasarkan kenyataan saat menginap.

Artinya bahwa tamu hotel yang menginap berdasarkan ketiga faktor harapan tersebut di atas harapan yang dinginkannya terhadap produk linen hotel kurang sesuai dan kurang terpenuhi. Dari indikator pertanyaan no.4 dan nomor 5 tentang kualitas dan kepedulian produk linen hotel dari responden penelitian 22 orang (58%) kurang diperhatikan oleh manajemen hotel, artinya bahwa produk linen hotel yang baik, harga sesuai standar acuan hotel berbintang, dan kepedulian pihak manajemen hotel terhadap pembelian (*purchasing*) linen yang berkualitas tinggi kurang begitu diperhatikan.

### **Analisis Persepsi Tamu Hotel Yang Menginap**

**Tabel Kognitif**

No.	Indikator	Sampel (n) dan Persentase (%)			Total
		Ya	Tidak	Ragu-ragu	
6	Pengetahuan linen hotel pada hotel berbintang	26 68%	9 24%	3 8%	38 100%
7	Informasi linen hotel pada hotel berbintang	24 63%	10 26%	4 11%	
8	Pandangan positif linen hotel pada hotel berbintang	27 71%	8 21%	3 8%	
	<b>Rataan</b>	<b>26 68%</b>	<b>9 24%</b>	<b>3 8%</b>	<b>36 100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data diolah)

Pada Tabel dapat dianalisis bahwa aspek kognitif secara hasil rata-rata dari responden penelitian adalah 26 orang atau 68%, yang menunjukkan bahwa persepsi tamu hotel yang menginap berdasarkan aspek kognitif yang meliputi indikator pengetahuan, informasi, dan pandangan tentang linen hotel pada hotel berbintang di Berastagi Kabupaten Karo cukup baik. Artinya bahwa tamu hotel yang menginap

Persepsi seseorang merupakan proses aktif yang memegang peranan, bukan hanya mengenai stimulus yang mengenyainya akan tetapi juga individu sebagai kesatuan dengan pengalaman-pengalamannya, motivasi, keputusan yang diambil berdasarkan sikapnya yang relevan dalam menanggapi.

Berdasarkan persepsi tersebut dapat diartikan sebagai proses dimana individu mencoba menyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan masukan informasi dan pengalaman yang ada kemudian menafsirkan dalam gambaran dan sikap.

### **Aspek Kognitif**

Pengetahuan atau informasi yang dimiliki tamu yang akan menginap di destinasi pariwisata yang dikunjunginya sudah pasti mendorong tindakan untuk menginap di beberapa hotel berbintang di Berastagi Kabupaten Karo.

Hasil jawaban responden tentang aspek kognitif tamu hotel dapat dilihat sebagai berikut:

mempunyai pengetahuan, informasi, dan pandangan positif tentang linen hotel pada hotel berbintang.

### **Aspek Afektif**

Tamu sudah tentu mempunyai persepsi tentang rasa senang atau tidak senang terhadap obyek sikap. Rasa senang merupakan hal yang positif, sedangkan rasa tidak senang merupakan hal yang negatif. Rasa senang atau tidak senang

terhadap obyek sikap yang dimiliki tamu yang menginap pada hotel berbintang. Disamping itu juga emosi dan penilaian yang baik dapat menghasilkan persepsi yang positif untuk menginap. Sebaliknya kurangnya emosi, sedikitnya rasa senang dan suka, serta penilaian yang negatif terhadap hotel berbintang di

Berastagi Kabupaten Karo dapat mengakibatkan tidak jadi menginap dan atau merasa kecewa dan tidak akan Kembali untuk menginap pada hotel berbintang.

Hasil jawaban responden penelitian tentang aspek afektif dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel Afektif**

No.	Indikator	Sampel (n) dan Persentase (%)			Total
		Ya	Tidak	Ragu-ragu	
9	Kepercayaan linen hotel pada hotel berbintang	32 84%	5 13%	1 3%	36 100%
10.	Linen hotel pada kamar tamu hotel segar ( <i>fresh</i> ) dan halus ( <i>smooth</i> )	10 27%	26 68%	2 5%	
11.	Tampilan ( <i>appearance</i> ) linen hotel pada kamar tamu hotel membuat nyaman	8 29%	25 66%	3 3%	
	<b>Rataan</b>	<b>17</b> <b>45%</b>	<b>19</b> <b>50%</b>	<b>2</b> <b>5%</b>	<b>36</b> <b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data diolah)

Pada Tabel dapat dianalisis bahwa indikator afektif secara hasil rata-rata dari responden penelitian adalah 19 orang (50%), yang menunjukkan bahwa persepsi tamu yang menginap tentang linen hotel pada hotel berbintang di Berastagi Kabupaten Karo berdasarkan aspek afektif yang meliputi indikator kebersihan linen hotel mendapatkan kesan yang kurang baik.

Dapatlah diyakini bahwa tamu hotel sebenarnya mempunyai kepercayaan yang tinggi dan patut diberikan apresiasi tentang kebersihan linen hotel pada kamar tamu hotel berbintang yang mana mendapat skor 32 orang (84%), namun pada kenyataannya 26 orang (68%) menyatakan bahwa sewaktu menginap mendapatkan linen hotel yang terdapat pada kamar tamu hotel kurang bersih, kurang segar (*fresh*) dan halus (*smooth*), dan Tampilan (*appearance*) linen hotel pada kamar tamu hotel membuat kurang nyaman. Linen hotel seperti sprei (*sheets*), sarung bantal (*pillowcases*), dan handuk mandi (*bath towels*) yang terdapat didalam kamar tamu hotel kurang nyaman menimbulkan rasa kecewa dan tidak senang karena ketika

digunakan oleh tamu hotel yang menginap menimbulkan rasa gatal di badan ketika tidur atau beristirahat di tempat tidur dan kebersihan badan juga ketika membersihkan badan menggunakan handuk mandi menjadi kurang bersih dan menyebabkan rasa tidak nyaman.

#### **Aspek Konatif**

Persepsi tamu yang menginap pada hotel berbintang yang diketahui dan dipahaminya berdasarkan pengetahuan dan informasi yang didapat berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap obyek sikap. Obyek sikap ini mengarah pada rasa senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, puas atau tidak puas. Kesemuanya ini menyangkut emosi, perasaan, dan penilaian mengarah pada aspek konatif. Aspek ini menunjukkan indikator motivasi menginap, kesadaran/tanpa paksaan, karakteristik hotel berbintang, dan keinginan menginap tamu untuk bertindak dengan menginap pada hotel berbintang di Berastagi Kabupaten Karo. Hasil jawaban responden tentang aspek konatif tamu hotel dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel Konatif**

No.	Indikator	Sampel (n) dan Persentase (%)			Total
		Ya	Tidak	Ragu-ragu	
12	Motivasi untuk menginap pada pada hotel berbintang	22 58%	12 31%	4 11%	38 100%
13	Keputusan untuk menginap pada pada hotel berbintang	22 58%	13 34%	3 8%	
14	Linen hotel pada kamar tamu hotel mempunyai karakteristik hotel berbintang	12 31%	23 61%	3 8%	
15	Kepuasan terhadap linen hotel pada kamar tamu hotel	13 34%	24 63%	1 3%	
	<b>Rataan</b>	<b>17</b> <b>45%</b>	<b>18</b> <b>47%</b>	<b>3</b> <b>8%</b>	<b>36</b> <b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian, 2021(Data diolah)

Pada Tabel dapat dianalisis bahwa aspek konatif secara hasil rata-rata dari responden penelitian adalah 18 orang (50%), yang menunjukkan bahwa persepsi tamu hotel yang menginap terhadap kebersihan linen hotel pada hotel berbintang di Berastagi Kabupaten Karo masih kurang baik.

Dari indikator pertanyaan nomor 12 dan nomor 13 tentang motivasi dan keputusan untuk menginap dari responden penelitian 22 orang (58%). Artinya bahwa tamu hotel mempunyai kepercayaan yang tinggi terhadap pelayanan dan produk hotel yang ditawarkan oleh hotel berbintang, motivasi tamu hotel juga patut dihargai dan perlu mendapat apresiasi dari pihak manajemen hotel.

Dan yang terpenting perlu mendapat perhatian (*attention*) dan kepedulian dari pihak manajemen hotel (*awareness*) adalah berdasarkan indikator nomor 14 dan indikator nomor 15 dari responden penelitian 23 orang (61%) dan 24 orang (63%).

Sebaiknya linen hotel yang terdapat pada kamar tamu hotel mempunyai kesesuaian karakteristik produk hotel berbintang sehingga tamu hotel yang menginap mendapatkan kepuasan ketika menggunakannya didalam kamar tamu

hotel, yakni linen hotel yang terdapat pada kamar tamu hotel seperti sprei (*sheets*), sarung bantal (*pillowcases*), dan handuk mandi (*bath towels*) bersih (*clean*), segar (*fresh*) dan halus (*smooth*), dan Tampilan (*appearance*) linen hotel pada kamar tamu hotel membuat nyaman. yang terdapat didalam kamar tamu hotel kurang nyaman.

#### **Kebersihan Linen Hotel Pada Hotel Berbintang Di Berastagi Kabupaten Karo**

Kenyamanan yang dapat dirasakan berdasarkan harapan dan persepsi tamu yang menginap terhadap kebersihan linen hotel yang terdapat kepada kamar tamu hotel berbintang membuat tamu hotel bersedia dan rela mengeluarkan dana yang besar dan tentunya harganya berada diatas dari hotel yang tidak berbintang.

*Produk linen hotel harus mencerminkan kualitas tinggi (high quality) karena merupakan asset hotel yang mahal (expensive). Sudah merupakan rahasia yang tidak terbantahkan bahwa produk linen hotel seperti sprei (sheets), sarung bantal (pillowcases), dan handuk mandi (bath towels) mempunyai material bahan kain yang halus dan tidak berserat sehingga terlihat rapi dan tidak mudah kusut, serta nyaman ketika digunakan.*

Produk linen hotel biasa disebut sebagai linen hotel, dengan menggunakan dan pemilihan material bahan kain linen hotel yang tepat akan memberikan nilai prestasi yang tinggi bagi pihak manajemen hotel dan memberikan kenyamanan bagi tamu hotel yang menginap pada hotel berbintang.

Hotel berbintang merupakan salah satu sarana pendukung penting dalam menunjang kebutuhan menginap bagi tamu hotel. Namun masih banyak pengelola hotel berbintang yang belum memahami bagaimana menyediakan linen hotel kepada tamu secara baik dan benar. Linen hotel harus bersih (*clean*), berkualitas

tinggi (*high quality*), segar (*fresh*) terlihat baru (*new*), renyah (*crisp*), dan halus (*smooth*).

Kebersihan linen hotel pada hotel berbintang menjadi salah satu syarat yang sangat utama bagi siapapun pelaku usaha, terlebih bagi owner/pemilik hotel berbintang di Berastagi Kabupaten Karo dalam menjangkau tamu untuk menginap dan diharapkan datang kembali untuk menginap.

Hasil jawaban responden tamu tentang kebersihan linen hotel berdasarkan 7 indikator dalam Tabel dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel Kebersihan Linen Hotel**

No.	Indikator	Sampel (n) dan Persentase (%)			Total
		Ya	Tidak	Ragu-ragu	
16	Karyawan <i>housekeeping</i> mengucapkan salam ( <i>greeting</i> )	30 79%	5 13%	3 8%	38 100%
17	Karyawan <i>housekeeping</i> melayani tamu hotel yang menginap dengan ramah dan sopan	28 74%	8 21%	2 5%	
18	Linen hotel pada kamar tamu hotel mempunyai kualitas produk hotel yang baik	16 42%	21 55%	1 3%	
19	Sprei ( <i>sheets</i> ) dan sarung bantal ( <i>pillow cases</i> ) yang digunakan pada tempat tidur bersih (tidak sobek, halus, seperti baru, dan tidak bernoda)	14 37%	23 60%	1 3%	
20	Handuk mandi ( <i>bath towels</i> ) yang digunakan untuk mandi bersih (tidak sobek, tebal, segar, seperti baru, dan tidak bernoda)	10 26%	26 63%	2 5%	
21	Sprei ( <i>sheets</i> ) dan sarung bantal ( <i>pillow cases</i> ) sprei dan sarung bantal yang digunakan untuk tidur membuat nyaman	12 32%	25 65%	1 3%	
22	Handuk mandi ( <i>bath towels</i> ) yang digunakan untuk mandi membuat nyaman	10 26%	27 71%	1 3%	
	<b>Rataan</b>	<b>17</b> <b>45%</b>	<b>19</b> <b>50%</b>	<b>2</b> <b>5%</b>	<b>36</b> <b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data diolah)

Pada Tabel dapat diketahui bahwa hasil analisis secara hasil rata-rata dari responden penelitian 19 orang (50%) tentang kebersihan linen hotel berdasarkan harapan dan persepsi yang dimiliki kurang memenuhi dalam kenyataannya. Bahwa

karyawan *housekeeping* berdasarkan indikator pertanyaan nomor 1 dan indikator pertanyaan nomor dua, yakni 30 orang (79%) dan 28 orang (74%) pada dasarnya sudah memberikan pelayanan terbaiknya dengan mengucapkan salam

dan komunikasi kepada tamu hotel dengan baik, sopan dan ramah.

Namun berdasarkan indikator pertanyaan nomor 18 sampai dengan indikator pertanyaan nomor 22 mengindikasikan bahwa tamu hotel mendapatkan bahwa harapan dan persepsi yang menjadi keinginan tamu hotel terkait dengan kebersihan linen hotel kurang mendapat perhatian (*attention*) dan kepedulian (*awareness*) dari pihak manajemen hotel.

Hasil secara rata-rata dari indikator tersebut menghasilkan hasil rata-rata 24 orang (63%) dari responden penelitian tentang kebersihan linen hotel pada kamar tamu hotel mempunyai kualitas produk hotel kurang baik, Sprei (*sheets*) dan sarung bantal (*pillowcases*) yang digunakan pada tempat tidur kurang bersih, sobek, kurang halus, tidak seperti baru (*new*) atau usang yang mungkin karena sudah terlalu lama tidak dilakukan penggantian, disamping pembelian linen hotel ataupun persediaan linen hotel (*par stock*) yang kurang. Pada handuk mandi (*bath towels*) yang digunakan untuk mandi terdapat noda yang melekat, kurang bersih, berbau, tidak segar dan halus. Kesemuanya tersebut membuat tamu hotel yang menginap pada hotel berbintang di Berastagi Kabupaten Karo menjadi kurang nyaman dan menimbulkan rasa kecewa terhadap kebersihan linen hotel.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan Hasil Penelitian dan Pembahasan, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Harapan tamu yang menginap yang meliputi faktor kebutuhan pribadi (*personal needs*), produk hotel yang ditawarkan dari publikasi internet media sosial, *travel agent* (*explicit service promises*) dan produk hotel yang

tersedia pada hotel itu sendiri (*implicit service promises*) terhadap kebersihan linen hotel pada hotel berbintang di Berastagi Kabupaten, yakni yakni pada Sibayak Internasional Hotel, Rudang Hotel, dan *Green Garden* Hotel Karo secara hasil rata-rata dari responden penelitian adalah 21 orang (55%), yang menunjukkan bahwa linen hotel yang bersih (*clean*), berkualitas tinggi (*high quality*), segar (*fresh*) terlihat baru (*new*), renyah (*crisp*), dan halus (*smooth*) di Berastagi Kabupaten Karo kurang sesuai dan kurang memenuhi harapan tamu hotel saat menginap.

Hasil analisis lainnya dari harapan tamu hotel sebagai berikut:

- a. Produk linen hotel sesuai keinginan
  - b. Produk linen hotel sesuai kebutuhan
  - c. Produk hotel dari publikasi tertulis dengan yang ditawarkan kurang sesuai dan kurang memenuhi harapan.
  - d. Kualitas produk linen hotel dengan harga kamar hotel kurang sesuai
  - e. Kurangnya kepedulian hotel terhadap kebersihan linen hotel
2. Persepsi tamu yang menginap yang meliputi aspek kognitif, afektif, dan konatif terhadap kebersihan linen hotel pada hotel berbintang di Berastagi Kabupaten Karo, hasil analisisnya sebagai berikut:
- a. Aspek kognitif secara hasil rata-rata 26 orang atau 68%. Berdasarkan aspek kognitif yang meliputi indikator pengetahuan, informasi, dan pandangan tentang linen hotel cukup baik.
  - b. Aspek afektif secara rata-rata 19 orang (50%) yang meliputi kepercayaan linen hotel, linen hotel segar (*fresh*) dan halus (*smooth*), seperti baru (*new*) dan tampilan (*appearance*) mendapatkan kesan yang kurang baik.

- c. Aspek konatif secara rata-rata 18 orang (47%) yang menunjukkan bahwa persepsi tamu hotel yang menginap terhadap kebersihan linen hotel masih kurang baik.
3. Kebersihan linen hotel pada hotel berbintang di Berastagi Kabupaten Karo secara rata-rata 19 orang (50%) harapan dan persepsi tamu hotel yang menginap kurang memenuhi dalam kenyataannya. Berdasarkan indikator pertanyaan nomor 18 sampai dengan indikator pertanyaan nomor 22 mengindikasikan bahwa harapan dan persepsi yang menjadi keinginan tamu hotel terkait dengan kebersihan linen hotel kurang mendapat perhatian (*attention*) dan kepedulian (*awareness*) dari pihak manajemen hotel. Hasil secara rata-rata dari indikator tersebut menghasilkan hasil rata-rata 24 orang (63%) tentang kebersihan linen hotel pada kamar tamu hotel mempunyai kualitas produk hotel kurang baik.

Hasil analisis berkitunya sebagai berikut:

- a. Sprei (*sheets*) dan sarung bantal (*pillowcases*) yang digunakan pada tempat tidur kurang bersih, sobek, kurang halus, tidak seperti baru (*new*) atau usang.
- b. Handuk mandi (*bath towels*) yang digunakan untuk mandi terdapat noda yang melekat, kurang bersih, berbau, tidak segar dan halus. Kesemuanya tersebut membuat tamu hotel yang menginap pada hotel berbintang di Berastagi Kabupaten Karo menjadi kurang nyaman dan menimbulkan rasa kecewa terhadap kebersihan linen hotel.

### **Saran**

Saran dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Hendaknya manajemen hotel memberikan perhatian (*attention*) dan kepedulian (*awareness*) terhadap kualitas produk linen hotel, seperti

sprei (*sheets*), sarung bantal (*pillowcases*), dan handuk mandi (*bath towels*) demi menciptakan kenyamanan tamu menginap pada kamar tamu hotel berbintang di Berastagi Kabupaten Karo.

2. Hendaknya kebersihan linen hotel seperti sprei (*sheets*), sarung bantal (*pillowcases*), dan handuk mandi (*bath towels*) dijaga kebersihannya, bersih (*clean*), renyah (*crisp*), segar (*fresh*) dan halus (*smooth*), dan tampilan (*appearance*) pada kamar tamu hotel sehingga dapat memberikan kepuasan dan kenyamanan tamu hotel saat menginap.
3. Hendaknya manajemen hotel menyediakan linen hotel yang cukup (*par stock*), melakukan perawatan linen hotel dalam proses pencucian *laundry* yang baik, dan mengganti linen yang sudah usang dengan yang baru.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agusnawar. (2004). *Resepsionis Hotel*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Allen, G.P, Chambers, J.L. (1998). *Deltiac Sediment in The Modern and Miocene.*, Mahakam Delta, IPA, Jakarta.
- A. Usin. S. (2005). *Tata Graha Perhotelan*. Humaniora, Bandung.
- Bagyono, Lutfi Orbani. (2003). *Dasar-dasar Housekeeping dan Laundry Hotel*. Adicita Karya Nusa, Yogyakarta.
- Darsono. A. (1995). *Tata Graha Hotel Housekeeping*. PT Gramedia Widiasarana, Jakarta
- Fadila. D. & S. Lestari. Z. R. (2013). *Perilaku Konsumen*. Citrabooks Indonesia, Palembang
- Gerungan, (1996). *Psikologi Sosial*. Eresco, Bandung
- Hill. N. (1996). *Handbook of Customer Satisfaction Measurement*

- Cambridge: Great Britain at the University Press
- K. Margareth, Kappa. M. A. N. Patricia. B. Schappert. (2009). *Managing Housekeeping Operations*. Educational Institute
- Kotler. P. A. G. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- Nasution, S. (2004). *Metode Penelitian Kuantitatif*, Tarsito Agung, Bandung
- Rangkuti. F. (2009). Strategi Promosi Yang Efektif: Analisis Kasus *Integrated Marketing Communication*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Robbin. S. P. % T. A. Judge. (2008). *Perilaku Organisasi*, Edisi ke-12, Salemba Empat, Jakarta
- Simamora. H. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi 2, STIE YKPN, Yogyakarta
- Sugihartono, dkk, (2007). *Teori tentang pengertian persepsi*. Yayasan Kanisius, Jakarta.
- Sukoco. A. & S. Nilowardono. “ Analisa Harapan dan Persepsi Pelanggan atas Service Quality di PT. PLN (PERSERO) APJ Surabaya Utara”. *Jurnal Ekonomi Vol.09 No.2*, Surabaya, 2009.
- Tjiptono. F. (2004). *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama, Andi Offset, Yogyakarta.
- Walgito. B. (2003). *Pengantar Psikologi Umum*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner dan Dwayne D Gremler. 2009. “*Services Marketing Integrating Customer Focux Across the Firm*”, *Fifrth Edition*, McGraw Hill, Singapura

**WEBSITE:**

- <http://www.johnsonsstalbridge.com>., April 2021
- [http://www.bighospitality.P&G Professional.Com](http://www.bighospitality.P&GProfessional.Com). April 2021
- [http://www.SimonHemmes.lodging magazine.com](http://www.SimonHemmes.lodgingmagazine.com)., April 2021

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Direktur Politeknik Pariwisata Medan atas bantuan dan dukungannya sehingga publikasi hasil penelitian ini dapat diterbitkan.