

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Hotel Aston Bogor

Aston Bogor Hotel and *Resort* berdiri sejak 12 tahun lalu tepatnya pada tanggal 11 Desember 2010. Dengan pemandangan indah Gunung Salak, Menawarkan beragam fasilitas dan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan perjalanan bisnis dan liburan. Hanya berjarak 30 menit dari Stasiun Kereta Api Bogor dan 50 menit berkendara dari Jakarta melalui Jalan Toll Jagorawi, Hotel Aston Bogor bertempat di lokasi yang strategis di Pusat Perumahan Bogor Nirwana *Residence Area*. Tempat yang sempurna untuk berakhir pekan, Menelusuri Kota Bogor dengan akses yang sangat mudah menuju *The Jungle Water Adventure Park*, *Bogor Bowling Center*, Karaoke Keluarga, lapangan futsal *indoor*, *Mall* dan masih banyak lagi di area *Orchard Walk Entertainment Center*. Hanya 20 menit ke Istana Bogor dan Taman Botani.

Manjakan diri anda dengan Paket Spa dan nikmati saat bersantai di area luar taman. Tempat terbaik untuk pertemuan bisnis dan grup, Aston Bogor terkenal sebagai pilihan utama dari penyelenggara konferensi dikarenakan lokasinya yang strategis dan fasilitas yang memuaskan. Kepada penyelenggara konferensi, Aston bogor menawarkan 17 ruang pertemuan yang bisa disekat lengkap dengan fasilitas yang berkelas serta ruang pertemuan besar yang bisa menampung sampai 1000 orang tamu, memiliki 223 kamar terdiri dari 39 kamar hotel dan 184 condotel.

Adapun jenis-jenis kamar pada Aston Hotel Bogor yaitu; kamar *superior*, kamar *deluxe*, *condotel* satu kamar, *condotel deluxe* satu kamar, dan *condotel* dua kamar. Masing-masing memiliki luas yang berbeda seperti, Kamar Superior moderen berukuran 32 *sqm* dilengkapi dengan teras untuk bisa menikmati hembusan angin gunung. Manjakan diri anda didalam kamar mandi dengan shower dan lengkap dengan fasilitas standar Aston, serta internet tanpa kabel yang bisa diandalkan sehingga bisa selalu terhubung dengan bisnis. Semua Kamar *Deluxe* berukuran 36 *sqm*, memiliki pemandangan kearah kolam renang dan taman tropis. Menyediakan bak mandi serta dilengkapi kursi panjang untuk bersantai dan menikmati kesegaran melalui jendela

kamar. *Condotel* satu kamar menyediakan 42 *sqm* luas ruangan, dilengkapi dapur mini yang lengkap dengan *Microwave* dan Kulkas, ruang makan, kamar tidur terpisah dan kamar mandi yang dipisahkan oleh kaca. Terdapat pintu kaca besar menuju teras pribadi untuk anda menikmati pemandangan yang Menakjubkan. *Condotel Deluxe* satu kamar berukuran 47*sqm* berlokasi dilantai atas dari tower 2 dan tower 3, *Condotel Deluxe* menawarkan ruang tamu dan teras yang lebih luas. Cukup luas untuk aktifitas keluarga, fitur terdiri dari sofa besar, 42 *inch* LCD TV dengan 44 pilihan saluran, Di teras para tamu bisa melihat pemandangan yang menakjubkan. Kamar paling populer terutama bagi keluarga adalah *Condotel* dua kamar dapat dengan nyaman menampung 4 dewasa dan 2 anak-anak.

1.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

1) Visi Hotel Aston Bogor

Berusaha setiap saat untuk memperhatikan tamu melalui kualitas terbaik dari keunggulan produk dan jasa yang sesuai dengan nilai uang yang dikeluarkan tamu.

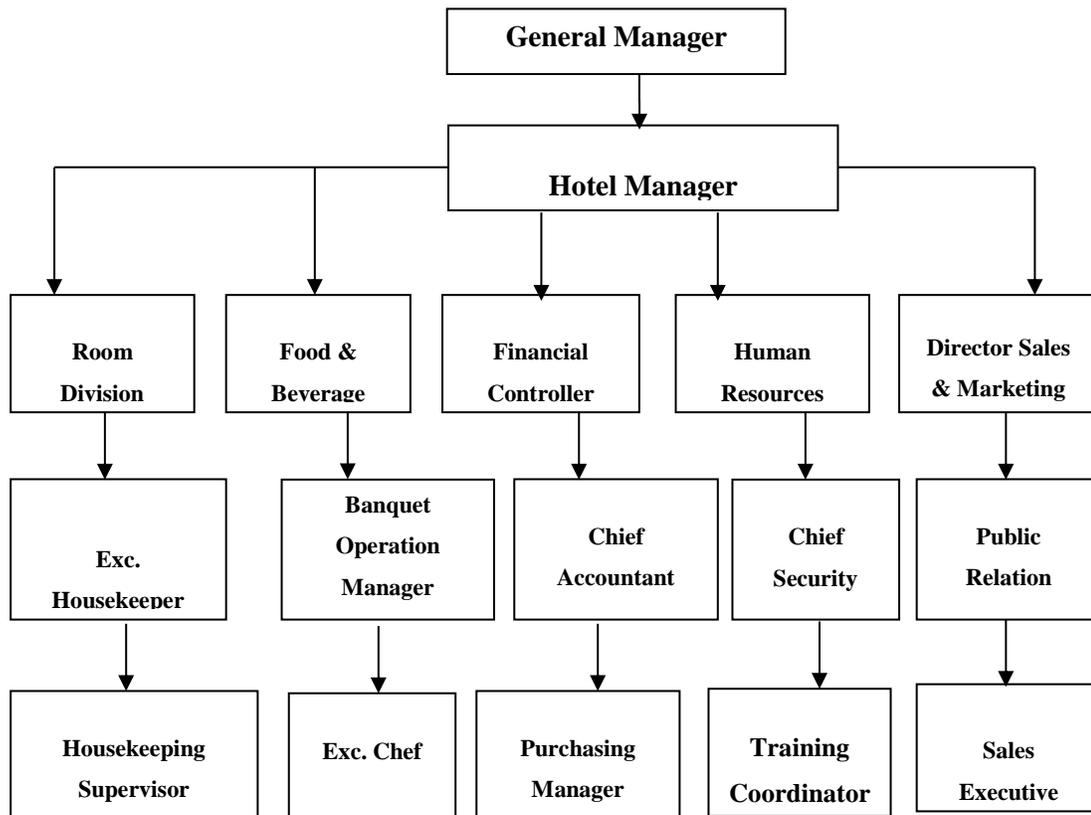
2) Misi Hotel Aston Bogor

Memberikan kualitas tertinggi pelanggan dari layanan dengan sikap positif, rasa kehangatan, rasa kepemilikan, keramahan, sesuai dengan budaya. Komitmen kami akan memastikan pelayanan yang efisien untuk memuaskan tamu dan tetap berusaha dan mempertahankan kualitas standard hotel kita. Berusaha untuk meningkatkan, kreatif, dan mengembangkan dalam hal produk dan minat pelanggan.

1.1.3. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

Struktur organisasi merupakan suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan inginkan. Hotel Aston Bogor memiliki struktur organisasi sebagai berikut :

STRUKTUR ORGANISASI HOTEL ASTON BOGOR



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan

Adapun tugas wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing jabatan dalam organisasi Hotel Aston Bogor adalah sebagai berikut:

1. General Manager

General Manager adalah pemimpin utama dalam hotel yang bertugas

- a. Memimpin hotel dan menjadi fasilitator seluruh karyawannya disemua level jabatan di unit hotel,
- b. Mengelola operasional harian hotel, merencanakan, melaksanakan, mengkoordinasikan, mengawasi dan menganalisis semua aktivitas bisnis di hotel,
- c. Mengelola hotel sesuai dengan visi dan misi yang telah dibuat, merencanakan dan mengontrol kebijakan hotel agar dapat berjalan dengan maksimal,
- d. Memberikan bimbingan dan pengawasan kepada para manager dibawahnya.

2. *Hotel Manager*

Hotel Manager adalah wakil *General Manager*. Jabatan ini pada umumnya ada di hotel-hotel besar di mana *General Manager* perlu dibantu dan didukung oleh *Hotel Manager*.

Menangani tugas-tugas manajemen yang telah dirumuskan dan diarahkan oleh *General Manager* dilaksanakan dan dikomunikasikan kepada *Asisten General Manager*, selanjutnya diteruskan ke *Department Head*.

3. *Room Division Manager*

Room Division merupakan divisi besar di dalam hotel yang terdiri dari 2 *department* besar *Front Office* dan *House Keeping*. Di mana menangani kebutuhan dan operasional selama penginapan terkait kebutuhan saat *check in*, selama menginap di kamar dengan fasilitas yang dapat dinikmati tamu sampai dengan proses *check out*.

4. *Executive Housekeeper*

- a. Memimpin segala kegiatan dalam mengatur atau menata peralatan, menjaga kebersihan.
- b. Menciptakan kenyamanan, memperbaiki kerusakan, dan memberi dekorasi dengan tujuan agar hotel tersebut tampak rapi, bersih, menarik, serta menyenangkan bagi penghuninya.

5. *Housekeeping Supervisor*

- a. Melaksanakan seluruh pelaksanaan operasional di *department housekeeping*.
- b. Melaksanakan administrasi.
- c. Melaksanakan pengawasan dan pengecekan tentang kebersihan, kelengkapan kamar, koridor.
- d. Melaksanakan pengecekan terhadap kebersihan dan keindahan area hotel.

6. *Room Attendant*

- a. Mengecek semua kamar pada permulaan shiftnya.
- b. Membuat mengisi lembar kerja mengenai status kamar sesuai dengan kode yang telah ditentukan.
- c. Mengontrol inventaris, kondisi kebersihan dan kelengkapan setiap kamar di section masing-masing.

d. Membersihkan, mengganti dan melengkapi kamar yang sudah check out.

7. *Linen Attendant*

- a. Pengadaan dan penggantian linen untuk keperluan kamar, menyediakan, merawat, memelihara, merapikan, mengawasi.
- b. Menyimpan linen yang diperlukan.
- c. Mengatur pendistribusian linen.
- d. Menjalin hubungan kerja sama dengan semua *departement*.
- e. Menyusun berbagai laporan.

8. *Food & Beverage Director*

- a. Menyajikan makanan dan minuman berkualitas yang disenangi tamu.
- b. Merencanakan menu.
- c. Memastikan bahwa setiap bawahannya dapat menyajikan makanan dengan cepat dan ramah.
- d. Mengendalikan biaya F&B Department.

9. *Banquet Operation Manager*

- a. Mengawasi dan mengarahkan seluruh pramusaji
- b. Menangani keluhan tamu, apabila ada keluhan tamu pada saat acara berlangsung.

10. *Executive Chef*

- a. Mengawasi dan mengarahkan semua personil dapur yang bekerja di dapur penumpang dan area pendukung
- b. Mengawasi semua koki dalam persiapan makanan mereka untuk berbagai periode makan dan acara khusus (perjamuan, pesta, dll),
- c. Mengontrol konsumsi pangan dengan memantau produksi, limbah dan ukuran porsi.
- d. Menjaga kondisi kerja yang aman di dapur.

11. *Restaurant Captain*

- a. Memastikan kelancaran operasional di area restorasi.
- b. Mengawasi kinerja *waitress* agar sesuai dengan SOP yang telah ditentukan
- c. Mengecek kerapian penampilan karyawan/i yang bekerja di area restorasi
- d. Bertanggung jawab terhadap peralatan dan perlengkapan kerja yang ada di restorasi.

12. Waiter/ ess

- a. Mengatur dan menyajikan makanan dan minuman sesuai dengan fungsi, arahan dan cara untuk mendapatkan kepuasan tamu secara maksimal
- b. Penampilan harus selalu baik dan rapih
- c. Membersihkan semua meja, kursi, termasuk peralatan lain seperti daftar menu.

13. Financial Controller

- a. Membentuk, menganalisa, dan menginterpretasikan data statistik maupun informasi keuangan
- b. Memberikan penilaian yang independent mengenai risiko atau perbandingan antara hasil operasi dan kinerja terhadap anggaran.
- c. Mengontrol perpajakan maupun tingkat keefektifan operasional perusahaan.

14. Chief Accountant

- a. Mengelola aktivitas akuntansi dalam perusahaan.
- b. Mengawasi pelaksanaan administrasi dan akuntansi sehari-hari yang dijalankan oleh beberapa akuntan, mulai dari pengumpulan dan pemilihan bukti transaksi, perhitungan, harga input data ke dalam system sesuai prosedur yang telah ada.
- c. Melakukan *review* harian terhadap akun kas, review mingguan terhadap akun putang dan utang, serta review bulanan untuk semua akun.
- d. Mengawasi pengumpulan data dan perhitungan cost di produksi telah sesuai dengan metode yang ditentukan.

15. Purchasing Manager

Purchasing merupakan bagian yang mempunyai tugas dan wewenang untuk menyediakan material untuk keperluan produksi.

- a. Mencari dan menganalisa calon supplier yang sesuai dengan material yang dibutuhkan.
- b. Melakukan negosiasi harga sesuai standar kualitas material dan memastikan tanggal pengiriman material.
- c. melakukan koordinasi dengan pihak supplier mengenai kelengkapan dokumen, serta bersedia melakukan pembelian dilapangan atau keluar kantor.

16. *IT Manager*

IT Manager bertugas mengelola teknologi informasi dan system komputer, bertanggung jawab pada kesiapan dan ketersediaan sistem komputer atau aplikasi dalam lingkungan perusahaan, merancang dan mengelola serta mengevaluasi operasional dari sistem informasi dan pendukungnya.

17. *Human Resources*

- a. Mengelolan dan mengembangkan sumber daya manusia yaitu dalam hal perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan sumber daya manusia, termasuk pengembangan kualitasnya dengan berpedoman pada kebijaksanaan dan prosuder yang berlaku di perusahaan.
- b. Merencanakan, mengawasi, dan melaksanakan evaluasi terhadap jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan oleh perusahaan
- c. Melaksanakan kegiatan-kegiatan pembinaan, pelatihan, dan kegiatan lain yang berhubungan dengan pengembangan mental, keterampilan ,dan pengetahuan karyawan sesuai dengan standar perusahaan.

18. *Chief Security*

- a. Mengadministrasi dan meninjau operasi untuk memastikan lingkungan yang aman bagi karyawan, tamu, dll.
- b. Menyarankan manajemen dalam meningkatkan dan melaksanakan kebijakan sesuai dengan keamanan dan peraturan negara,
- c. Mengembangkan metode untuk meningkatkan kebijakan keamanan, proses, dan praktik serta merekomendasikan perubahan manajemen.

19. *Training Coordinator*

- a. Mengelola dan menggali kemampuan dari setiap tenaga kerja yang ada.
- b. Mengembangkan potensi para tenaga kerja ini melalui beberapa metode seperti membuat penilaian kinerja karyawan
- c. Memberikan pelatihan-pelatihan mengenai kepemimpinan dan keterampilan lain dalam dunia kerja.
- d. Mengukur kebutuhan *training* yang relevan untuk karyawan baik untuk level individu atau organisasi, berkonsultasi dengan kepala – kepala tiap

departemen, termasuk metode-metode penilaian dan system pengukuran diperlukan.

20. Director Sales & Marketing

- a. Menentukan harga jual, produk yang akan di launching,
- b. Menjadwalkan kunjungan dengan calon konsumen
- c. Menciptakan sistem promosi untuk memastikan tercapainya target penjualan, memonitor perolehan order serta merangkumkan forecast untuk memastikan kapasitas produksi terisi secara optimal.
- d. Mengembangkan strategi marketing untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan area sesuai dengan target yang ditentukan.
- e. Melakukan evaluasi kepuasan pelanggan dari hasil survey seluruh sales tim untuk memastikan tercapainya target kepuasan pelanggan yang ditentukan.

21. Public Relation Manager

- a. Mencari informasi sebanyak mungkin mengenai kegiatan-kegiatan yang sedang berlangsung.
- b. Mempromosikan semua kegiatan dan fasilitas yang ada di hotel melalui media cetak maupun elektronik
- c. Membina hubungan baik dengan relasi-relasi perusahaan sekaligus memberikan citra positif mengenai perusahaan
- d. Menciptakan dan memelihara citra baik dan menguntungkan bagi perusahaan, baik itu berkenaan dengan kebijakan, produk, jasa, maupun dengan para pegawai.

22. Sales Executive

Sales memegang arti penting dalam perusahaan mereka sering dianggap sebagai ujung tombak perusahaan sebab merekalah yang berhubungan langsung dengan para pelanggan.

- a. Bertanggung jawab terhadap promosi produk untuk mendukung tercapainya penjualan.
- b. Mengatur jadwal yang efektif demi tercapainya pertemuan dan negosiasi.
- c. Membuat daftar list seluruh klien dalam sistem dan informasi yang dibutuhkan seperti harga, dan segmen

23. Reservation Officer

- a. Mengetahui dan mempunyai data-data akurat mengenai waktu kedatangan dan keberangkatan tamu, keadaan kamar, dan fasilitas-fasilitasnya.
- b. Kelengkapan data-data tersebut akan melancarkan kegiatan pelayanan pemesanan kamar, sehingga memberikan kenyamanan bagi tamu, mengetahui kamar yang tersedia pada hari itu serta data yang akurat mengenai status kamar sehingga dapat langsung memberikan jawaban kepada calon tamu.

Mengenal dan mengetahui tipe kamar dan harga tiap kamar, hal ini digunakan sebagai dasar dalam mempromosikan jenis-jenis kamar kepada calon tamu.

4.2. Hasil Penelitian

Menjelaskan analisis dari hasil penelitian “Pengaruh penerapan Total Quality Management (TQM) Terhadap Kinerja Operasional Pada Hotel Aston Bogor”. Analisis data dimulai dengan uji validitas data, Uji reliabilitas data, hasil uji asumsi klasik, uji hipotesis dan uji regresi linear sederhana. Pengumpulan data penelitian digunakan untuk pengujian hipotesis yaitu dasar TQM dan Kinerja Operasi pada Hotel Aston Bogor. Semua sampel yang didapat 30 responden. Setelah terkumpul, selanjutnya data dianalisis dengan menggunakan SPSS.

4.2.1. Karakteristik Responden

Sebelum melakukan penelitian terlebih dahulu dikemukakan ciri-ciri responden yang dipakai untuk melengkapi penelitian. Responden dalam penelitian ini yaitu karyawan hotel Aston Bogor. Deskripsi responden dalam penelitian ini peneliti membagi menjadi lima karakter, yakni berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, jurusan, dan penghasilan setiap bulan. Dengan mengetahui demografi responden maka kita akan mengetahui karakteristik responden dalam hal ini karyawan di Hotel Aston Bogor. Di bawah ini penulis sajikan tabel karakteristik responden secara lengkap termasuk persentasenya. Harapannya dengan diketahui karakteristik tersebut maka dapat diketahui kaitan antara jawaban responden atas pernyataan yang disampaikan dengan perilaku responden.

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden

KARAKTERISTIK	KATEGORI	JUMLAH	PERSENTASE
Jenis Kelamin	Laki-Laki	22	73,3%
	Perempuan	8	26,7%
Jumlah		30	100%
Usia	20 Tahun – 25 Tahun	22	73,3%
	26 Tahun – 30 Tahun	6	20%
	31 Tahun – 35 Tahun	2	6,7%
Jumlah		30	100%
Pendidikan	SLTA	27	90%
	Diploma	3	10%
	Sarjana S1	0	0
	Sarjana S2	0	0
Jumlah		30	100%
Jurusan	Perhotelan	21	70%
	Pariwisata	1	3,3%
	Multimedia	0	0
	Akuntansi	0	0
	Perkantoran	0	0
	Lainnya	8	26,7%
Jumlah		30	100%
Penghasilan	< 1,0 Juta	2	6,7%
	1,0 – 2,0 Juta	3	10%
	2,1 – 3,0 Juta	12	40%
	3,1 – 4,0 Juta	4	13,3%
	4,1 – 5,0 Juta	5	16,7%
	> 5,0 tahun	4	13,3%
Jumlah		30	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel di atas menunjukkan bahwa dilihat dari jenis kelamin, Karyawan Hotel Aston Bogor lebih didominasi oleh laki-laki yaitu sebesar 73,3% dibandingkan perempuan yang hanya sebesar 26,7%. Hal ini menunjukkan bahwa pekerjaan yang ada di divisi *Housekeeping* lebih banyak oleh laki-laki. Karena pekerjaan yang dilakukan lebih banyak menggunakan fisik.

Dilihat dari usia, Karyawan Hotel Aston Bogor lebih didominasi oleh kaum remaja dengan usia antara 20 hingga 25 tahun sebanyak 73,3% dan disusul usia dewasa

dengan rentang 26 hingga 30 tahun sebanyak 20%. Hal ini menunjukkan bahwa usia remaja dan dewasa adalah usia produktif untuk bekerja di hotel dibandingkan dengan rentang usia lainnya.

Selanjutnya jika dilihat dari tingkat pendidikan, karyawan Hotel Aston Bogor lebih didominasi oleh lulusan SLTA yang jumlahnya mencapai 90% dan disusul dengan tingkat pendidikan diploma sebesar 10%. Dilihat dari jurusan pendidikan, karyawan Hotel Aston Bogor lebih didominasi oleh jurusan perhotelan yang jumlahnya mencapai 70% dengan jurusan lainnya juga cukup besar yaitu mencapai 26,7%. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Hotel Aston Bogor didominasi oleh jurusan perhotelan. Jurusan memang sangat dibutuhkan oleh perusahaan akomodasi, karena mereka yang lulusan perhotelan sudah berpengalaman dibidang jasa akomodasi. Ini sangat menguntungkan untuk perusahaan, karena sudah memiliki karyawan yang *skillnya* tidak dapat diragukan lagi.

Terakhir, dilihat dari tingkat penghasilan karyawan Hotel Aston Bogor sebagian didominasi oleh karyawan dengan penghasilan Rp. 2.000.0000 hingga Rp.3.000.000. hal ini menunjukkan bahwa penghasilan karyawan Hotel Aston masih dibawah UMP (Upah Minimum Provinsi).

4.2.2. Tanggapan Responden

Dalam sebuah penelitian, tanggapan responden yang menjadi jawaban atas apa yang ada didalam benak pikiran responden menjadi hal yang sangat penting. Ini karena yang mereka sampaikan merupakan data awal yang akan digunakan untuk berbajai uji. Proses pengumpulan data yang dilakukan melalui kuesioner harus benar-benar diperhatikan ke absahannya. Tujuannya agar data yang didapatkan mampu mewakili persepsi yang ada pada diri masing-masing responden.

Berdasarkan hasil penelitian yang melibatkan 30 responden karyawan Hotel Aston Bogor, di bawah ini disajikan deskripsi tanggapan responden yang berhubungan dengan masing-masing variabel bebas yang diteliti sebagai berikut :

1. Orientasi Pada pelanggan (X1)

Berdasarkan hasil penelitian, dibawah ini penulis menyajikan tanggapan responden mengenai item pernyataan variabel Orientasi Pada pelanggan sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Atas Variabel Orientasi Pada Pelanggan

NO	PERNYATAAN	STS		TS		N		S		SS		NILAI F(X)	TAFSIR [n=f(x)/n]
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%		
	Kualitas pelayanan												
1	Menurut saya, Hotel Aston Bogor selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik	-	0%	-	0%	2	6,7%	16	53,3%	12	40,0%	130	4,3
	Harga Kamar												
2	Menurut saya, Harga menginap di Hotel Aston Bogor sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan	-	0%	-	0%	6	20,0%	16	53,3%	8	26,7%	122	4,0
	Kemudahan Akses												
3	Menurut saya, Hotel Aston memberikan kemudahan dalam memesan kamar melalui <i>website</i>	-	0%	-	0%	1	3,3%	26	86,7%	3	10,0%	122	4,0
	Cara Meningkatkan Produk												
4	Menurut saya, Tampilan iklan Aston Bogor menarik sehingga tamu memilih untuk menginap	-	0%	-	0%	4	13,3%	15	50%	11	36,7%	127	4,2
5	Menurut saya, Hotel Aston Bogor mengutamakan kepuasan pelanggan	-	0%	-	0%	1	3,3%	15	50%	14	46,7%	133	4,4
	RATA-RATA	-	0%	-	0%	2,8	9,3%	17,6	58,54%	9,6	32%	127	4,2

Sumber: Hasil penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel 4.2 menunjukkan tanggapan responden atas variabel orientasi pada pelanggan mulai dari indikator pertama yaitu kualitas pelayanan, harga kamar yang diberikan, kemudahan mengakses produk, dan cara meningkatkan produk. Pada indikator pertama kualitas pelayanan, sebanyak 53,3% responden menjawab setuju dan 40 % menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,3 (sangat setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika orientasi pada pelanggan itu sangat penting untuk keberlangsungan Hotel aston Bogor. Pada indikator kedua yaitu harga kamar, sebanyak 53,3% responden menjawab setuju dan 36,7% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 4,0 (setuju). Hal ini menunjukan bahwa harga kamar hotel sudah sesuai dengan fasilitas yang didapatkan oleh tamu.

Pada indikator ketiga yaitu kemudahan mengakses produk, sebanyak 86% responden menjawab setuju dan 10% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran

sebesar 4,0 (sangat setuju). Hal ini menunjukkan bahwa Hotel Aston terus berusaha untuk memudahkan siapa saja yang akan mengakses informasi mengenai fasilitas dan pelayanan yang akan diberikan. Terakhir pada indikator keempat pernyataan pertama yaitu meningkatkan produk, sebanyak 50 % responden menjawab setuju dan 36,7% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,3 (sangat baik). Indikator keempat pernyataan kedua, sebanyak 50% responden menjawab setuju dan 46,7 menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 4,4 (sangat baik). Hal ini juga menunjukkan bahwa dengan terus meningkatkan kualitas produk yang akan kita berikan kepada setiap tamu itu sangat berpengaruh besar untuk keberlangsungan operasional perusahaan.

Selanjutnya disampaikan bahwa secara total untuk variabel orientasi pada pelanggan, setelah dirata-rata ternyata didapatkan data ada sebanyak 58,4% responden menjawab setuju dan 32% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,2 (sangat setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa variabel orientasi pada pelanggan mempengaruhi keputusan untuk selalu memberikan kualitas terbaik untuk melayani seluruh tamu hotel Aston Bogor.

2. Orientasi pada kualitas (X2)

Bedasarkan hasil penelitian, dibawah ini penulis sajikan tanggapan responden mengenai pernyataan variabel Orientasi Pada Kualitas sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Atas Variabel Orientasi Pada Kualitas

NO	PERNYATAAN	STS		TS		N		S		SS		NILAI F(X)	TAFSIR [n=f(X)/n]
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%		
	Bukti Fisik												
1	Menurut saya, Peralatan (kelengkapan sarana dan prasarana) di Hotel Aston sesuai dengan standar	-	0%	-	0%	4	13,3 %	19	63,3 %	7	23,3 %	123	4,1
	Kehandalan												
2	Menurut saya, Fasilitas Hotel yang tersedia dalam konsisi baik dan lengkap	-	0%	-	0%	2	6,7%	21	70%	7	23,3 %	125	4,1
	Daya Tanggap												
3	Menurut saya, saya	-	0%	-	0%	2	6,7%	18	60%	10	33,3%	128	4,2

	Dapat menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara cepat												
	Jaminan												
4	Saya Memiliki kompetensi dan professional dalam melayani pelanggan	-	0%	-	0%	1	3,3%	19	63,3%	10	33,3%	129	4,3
	Empati												
5	Saya Mampu berkomunikasi dengan baik	-	0%	-	0%	1	3,3%	15	50%	14	46,7%	133	4,4
6	Saya Mampu memberikan pelayanan dengan sopan dan menarik	-	0%	-	0%	-	0%	16	53,3%	14	46,7%	134	4,4
	RATA-RATA	-	0%	-	0%	2	5,6%	18	60%	10	34%	128	3,75

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel 4.3. di atas menunjukkan tanggapan responden atas variabel Orientasi Pada Kualitas mulai dari indikator pertama yaitu *Tangible* hingga inikator kelima yaitu *Empathy*. Pada indikator pertama yaitu *Tangible*, sebanyak 6,3,3% responden menjawab setuju dan 23,3% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,1 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyatakan setuju jika orientasi pada kualitas sangat dibutuhkan oleh setiap karyawan. Yaitu berupa peralatan untuk sarana dan prasarana agar terus berkembang. Pada indikator kedua yaitu *Reability*, sebanyak 70% responden menjawab setuju dan 23,3% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,1 (sangat setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa kehandalan sangat penting untuk keberlangsungan operasional hotel.

Indikator ketiga yaitu *Responsiveness* sebanyak 60% responden menjawab setuju dan 33,3% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,2 (sangat setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyatakan setuju apabila daya tanggap yaitu dapat berkomunikasi dengan baik dan interaktif untuk setiap informasi yang ada dihotel Aston Bogor. Demikian dengan indikator keempat yaitu Assurance, sebanyak 63,3% responden menjawab setuju dan 33,3% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,3 (sangat setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa orientasi pada kualitas itu juga membutuhkan jaminan. Seperti jaminan memiliki kompetensi dan professional dalam

melayani pelanggan hotel Aston Bogor. Terakhir pada indikator kelima pernyataan pertama yaitu tujuan *Empathy*, sebanyak 50% responden menjawab setuju dan 46,7% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,4 (sangat setuju). Pernyataan kedua, sebanyak 53,3% responden menjawab setuju dan 46,7% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,4 (sangat setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa orientasi pada kualitas itu membutuhkan empati. Seperti mampu memberikan pelayanan dengan sopan dan menarik, melayani dengan setulus hati. Agar tamu merasa nyaman dengan pelayanan diberikan.

Selanjutnya disampaikan bahwa secara total untuk variabel orientasi pada kualitas, setelah dirata-rata ternyata didapatkan data ada sebanyak 60% responden menjawab setuju dan 34% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,75 (sangat setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa variabel orientasi pada kualitas mempengaruhi keputusan untuk selalu memberikan kualitas terbaik untuk melayani seluruh tamu hotel Aston Bogor.

1. Pemberdayaan Karyawan (X3)

Berdasarkan hasil penelitian, dibawah ini penulis menyajikan responden mengenai item pernyataan variabel Pemberdayaan Karyawan sebagai berikut :

Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Atas Variabel Pemberdayaan Karyawan

NO	PERNYATAAN	STS		TS		N		S		SS		NILAI F(X)	TAFSIR [n=f(X)/n]
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%		
	<i>Meaning</i>												
1	Saya Dilibatkan dalam pengambilan keputusan pada perusahaan	-	0%	3	10%	13	43,3%	12	40%	2	6,7%	103	3,4
	<i>Competenc</i>												
2	Saya Bisa mengantisipasi resiko bila terjadi kesalahan dalam bekerja	-	0%	-	0%	8	26,7%	18	60%	4	13,3%	116	3,8
	<i>Self- Determination</i>												
3	Menurut saya, saya Memberikan kemampuan yang optimal agar tetap menjadi bagian dalam instalasi	-	0%	-	0%	5	16,7%	14	46,7%	11	36,7%	126	4,2

	<i>Impac</i>												
4	Saya Percaya dengan melaksanakan pekerjaan yang diberikan akan mendapatkan penghargaan	1	3,3 %	-	0%	10	33,3 %	10	33,3 %	9	30%	116	3,8
5	Saya Selalu loyal terhadap pekerjaan yang diberikan	-	0%	-	0%	3	10%	14	46,7 %	13	43,3 %	130	4,3
	RATA-RATA	1	3,3 %	3	10 %	7,8	26%	13,6	7,5%	7,8	18,6 %	118	3,9

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel 4.4. di atas menunjukkan tanggapan responden atas variabel pemberdayaan karyawan mulai dari pertama yaitu *Meaning* sampai dengan indikator keempat yaitu *impac*. Pada indikator pertama yaitu *Meaning*, sebanyak 40% responden menjawab setuju dan 6,7% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,3 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyatakan setuju jika pemberdayaan karyawan sangat dibutuhkan untuk setiap perusahaan. Karena adanya perusahaan yang sukses karena pekerjanya yang selalu memberikan loyalitas untuk perusahaan. Pada indikator kedua yaitu *Competenc*, sebanyak 60% responden menjawab setuju dan 13,3% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,7 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa responden menyatakan setuju jika karyawan sangat kompeten karena dapat mengantisipasi resiko terjadi kesalahan pada saat bekerja.

Demikian juga dengan indikator ketiga yaitu *Self-determination*, sebanyak 46,7% responden menjawab setuju dan 36,7% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,2 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa pemberdayaan karyawan perlunya penguasaan diri sendiri atau beradaptasi dalam pembuatan keputusan. Terakhir indikator keempat yaitu meninggalkan *impac*, sebanyak 33,3% responden menjawab setuju dan 3,0% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,8 (setuju). Pada pernyataan kedua sebanyak 46,7% responden menjawab setuju dan 43,3% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,3 (sangat setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyatakan setuju jika dikatakan pemberdayaan harus adanya dampak yang akan terjadi pada sebuah perusahaan terutama untuk memberikan dampak terbaik untuk setiap perusahaan.

Bahwa secara total untuk variabel pemberdayaan karyawan, setelah dirata-rata didapatkan data sebanyak 13,6% reponden menjawab setuju dan 18,6% menjawab

sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,9 (Setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa pemberdayaan karyawan turut mempengaruhi kinerja operasional pada hotel Aston.

2. Manajemen Berdasarkan Fakta (X4)

Berdasarkan hasil penelitian, dibawah ini penulis menyajikan tanggapan responden mengenai pernyataan variabel Manajemen Berdasarkan Fakta sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Atas Variabel Manajemen Berdasarkan Fakta

NO	PERNYATAAN	STS		TS		N		S		SS		NILAI F(X)	TAFSIR [n=f(X)/n]
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%		
	Prioritas												
1	Menurut saya, Dalam membentuk keputusan, Hotel Aston selalu menindak lanjuti berdasarkan hasil analisis	-	0%	-	0%	6	20%	21	70%	3	10%	117	3,9
2	Hotel Aston Bogor menjalankan kegiatan operasionalnya menurut kebijakan yang telah ditetapkan	-	0%	-	0%	4	13,3 %	16	53,3 %	10	33,3 %	126	4,2
	Variasi												
3	Hotel Aston Bogor menggunakan teknik statistik dalam membuat keputusan	-	0%	-	0%	11	36,7 %	12	40%	7	23,3 %	116	3,8
4	Hotel Aston Bogor melakukan pengujian serta pengumpulan data dan informasi yang berhubungan dengan sasaran.	-	0%	-	0%	3	10%	18	60%	9	30%	126	4,2
	RATA-RATA	-	0%	-	0%	6	20%	17	56%	7,2	24%	135	4,0

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel 4.5. di atas menunjukkan tanggapan responden atas variabel Manajemen Berdasarkan Fakta dengan indikator prioritas dan variasi. Pada indikator pertama yaitu prioritas, pada pernyataan pertama sebanyak 70% responden menjawab setuju dan 10% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,9 (setuju). Pernyataan kedua sebanyak 53,3% responden menjawab setuju dan 33,3% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,2 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa adanya manajemen berdasarkan fakta yaitu tentang prioritas yang dilakukan. Pada indikator kedua yaitu variasi, pada pernyataan

pertama sebanyak 40% responden menjawab setuju dan 23,3% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,8 (setuju). Pernyataan kedua sebanyak 60% responden menjawab setuju dan 30% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,2 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa adanya manajemen berdasarkan fakta yaitu adanya variasi untuk informasi yang berhubungan dengan tamu.

Selanjutnya bahwa secara total untuk variabel manajemen berdasarkan fakta, setelah dirata-rata didapatkan data sebanyak 56% responden menjawab setuju dan 24% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,0 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa variabel manajemen berdasarkan fakta mempengaruhi kinerja operasional pada Hotel.

3. Kinerja Operasional (Y)

Berdasarkan hasil penelitian, dibawah ini penulis menyajikan tanggapan responden mengenai pernyataan variabel Manajemen Berdasarkan Fakta sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Atas Variabel Kinerja Operasional

NO	PERNYATAAN	STS		TS		N		S		SS		NILAI F(X)	TAFSIR [n=f(X)/n]
		FK	%	FK	%	FK	%	FK	%	FK	%		
	Merek												
1	Menurut saya, Hotel Aston Bogor merupakan hotel yang memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan	-	0%	-	0%	-	0%	18	60%	12	40%	132	4,4
2	Menurut saya, Jumlah tamu selalu banyak	-	0%	-	0%	2	6,7 %	19	63,3 %	9	30%	127	4,2
	SOP												
3	Menurut saya, semua aktivitas hotel dilakukan sesuai SOP	-	0%	-	0%	2	6,7 %	20	66,7 %	8	26,7 %	126	4,2
	Type												
4	Saya selalu memberikan Pelayanan yang diberikan sesuai standar (bintang) hotel	-	0%	-	0%	1	3,3 %	17	56,7 %	12	40%	131	4,3
5	Saya selalu Karyawan selalu memanfaatkan waktu kerja secara optimal	-	0%	-	0%	2	6,7 %	19	63,3 %	9	30%	127	4,2
	Kepercayaan												
6	Menurut saya, System pendapatan kehadiran di	1	3,3 %	-	0%	6	20%	17	56,7 %	6	20%	117	3,9

	perusahaan sudah efektif												
7	Menurut saya, Hotel Aston Bogor selalu meningkatkan sumber daya manusia yang sesuai dengan perkembangan hotel	1	3,3 %	-	0%	4	13,3 %	17	56,7 %	8	26,7 %	125	4,0
	RATA-RATA	1	3,3 %	0	0%	2,4	6,2 %	18	60%	9,1	30%	125	4,1

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel 4.6. di atas menunjukkan tanggapan responden atas variabel Kinerja Operasional mulai dari indikator pertama yaitu pilihan merek sampai indikator keempat yaitu pelayanan sesuai sop. Pada pernyataan pertama, sebanyak 60% responden menjawab setuju dan 40% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,4 (setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyarakan setuju jika dikatakan bahwa kinerja operasional menjadi alasan tamu untuk menginap dihotel. Pada pernyataan kedua sebanyak 63,3% responden menjawab setuju dan 30% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,2 (setuju). pada pernyataan ketiga sebanyak 66,7% responden menjawab setuju dan 26,7% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,2 (setuju). Hal ini menunjukan bahwa sebagian besar responden menyarakan setuju jika dikatan bahwa kinerja operasional menjadi alasan untuk terciptanya kepercayaan tamu yang menginap di hotel.

Demikian halnya pada pernyataan empat sebanyak 56,7% responden menjawab setuju dan 40% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,3 (sangat setuju). Pada pernyataan kelima sebanyak 63,3% responden menjawab setuju dan 30% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,2 (setuju). Hal ini menunjukan bahwa sebagian besar responden menyarakan setuju jika dikatan bahwa kinerja operasional menjadi alasan untuk jenis hotel yang menjadi jumlah tamu yang akan mengiাপ itu senang dengan jenis-jenis kamar yang sangat beragam. Berdasarkan hasil penelitian, pada pernyataan keenam sebanyak 56,7% responden menjawab setuju dan 20% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 3,9 (setuju). Pada pernyataan kedua sebanyak 56,7% responden menjawab setuju dan 26,7% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,0(setuju). Hal ini menunjukan bahwa sebagian besar responden menyarakan setuju jika dikatan bahwa kinerja operasional

menjadi alasan pelayanan prima harus selalu diberikan untuk semua tamu yang menginap di Hotel.

Selanjutnya disampaikan bahwa secara total untuk variabel kinerja operasional, setelah dirata-rata ternyata didapatkan data ada sebanyak 60% responden menjawab setuju dan 30% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,1 (sangat setuju). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyamakan setuju jika dikatakan bahwa semua indikator kinerja operasional yang terdiri dari merek, kepercayaan, jenis hotel, hingga pelayanan menjadi acuan bagi responden untuk terus memberikan pelayanan terbaik. Kinerja operasional di hotel harus terus memberikan hal-hal yang membuat tamu maupun karyawan menjadi senang karena bisa menjadi bagian dari Hotel Aston Bogor.

4.2.3. Hasil Uji Kualitas Data

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah mengetahui tanggapan responden adalah melakukan uji kualitas data. Uji kualitas data dilakukan untuk mengetahui apakah berbagai pernyataan yang digunakan valid atau tidak serta reliabel atau tidak. Tujuannya agar data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Hal ini penting karena salah satu syarat bahwa data dapat dilakukan uji hipotesis adalah harus valid dan reliabel. Di bawah ini hasil uji kualitas data berupa uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu alat atau instrumen yang akan digunakan untuk memperoleh data di dalam penelitian. Kuesioner dinyatakan valid apabila pernyataan kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur untuk kuesioner. Syarat umum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah jika nilai indeks validitasnya $\geq 0,3$. Untuk melihat semua tingkat validitas item pada kuesioner yang penulis susun, pada tabel-tabel di bawah ini.

Tabel 4. 7 Hasil Validitas Variabel Orientasi Pada Pelanggan

NO	Pernyataan singkat	<i>Corrected Item to Total Correlation</i>	SIMPULAN	KETERANGAN
	Orientasi Pada Pelanggan			
1	Menurut saya, Hotel Aston Bogor selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik	0.538	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
2	Menurut saya, Harga menginap di Hotel Aston Bogor sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan	0.402	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
3	Menurut saya, Hotel Aston memberikan kemudahan dalam memesan kamar melalui <i>website</i>	0.651	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
4	Menurut saya, Tampilan iklan Aston Bogor menarik sehingga tamu memilih untuk menginap	0.439	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
5	Menurut saya, Hotel Aston Bogor mengutamakan kepuasan pelanggan	0.313	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai nilai r_{hitung} yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS lebih besar dibandingkan nilai 0,3 sehingga dapat dikatakan semua item pernyataan tentang variabel tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

Tabel 4. 8 Hasil Validitas Variabel Orientasi Pada Kualitas

NO	Pernyataan Singkat	R_{hitung}	SIMPULAN	KETERANGAN
	Orientasi Pada Kualitas			
1	Menurut saya, Peralatan (kelengkapan sarana dan prasarana) di Hotel Aston sesuai dengan standar	0.451	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
2	Menurut saya, Fasilitas Hotel yang tersedia dalam konsisi baik dan lengkap	0.400	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
3	Menurut saya, saya Dapat menangani masalah atau keluhan yang dialami pelanggan secara cepat	0.436	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
4	Saya Memiliki kompetensi dan professional dalam melayani pelanggan	0.665	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$

5	Saya Mampu berkomunikasi dengan baik	0.408	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
6	Saya Mampu memberikan pelayanan dengan sopan dan menarik	0.662	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai nilai r_{hitung} yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS lebih besar dibandingkan nilai 0,3 sehingga dapat dikatakan semua item pernyataan tentang variabel tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

Tabel 4. 9 Hasil Validitas Variabel Pemberdayaan Karyawan

NO	INDIKATOR	<i>Corrected Item to Total Correlation</i>	SIMPULAN	KETERANGAN
	Pemberdayaan Karyawan			
1	Saya Dilibatkan dalam pengambilan keputusan pada perusahaan	0.567	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
2	Saya Bisa mengantisipasi resiko bila terjai kesalahan dalam bekerja	0.595	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
3	Saya Memberikan kemampuan yang optimal agar tetap menjadi bagian dalam instalasi	0.621	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
4	Saya Percaya dengan melaksakan pekerjaan yang diberikan akan mendapatkan penghargaan	0.610	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
5	Saya Selalu loyal terhadap pekerjaan yang diberikan	0.394	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai nilai r_{hitung} yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS lebih besar dibandingkan nilai 0,3 sehingga dapat dikatakan semua item pernyataan tentang variabel tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

Tabel 4. 10 Hasil Validitas Variabel Manajemen Berdasarkan Fakta

NO	INDIKATOR	<i>Corrected Item to Total Correlation</i>	SIMPULAN	KETERANGAN
	Manajemen Berdasarkan Fakta			
1	Menurut saya, Dalam membentuk keputusan, Hotel Aston selalu menindak lanjuti berdasarkan hasil analisis	0.584	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
2	Hotel Aston Bogor menjalankan kegiatan operasionalnya menurut kebijakan yang telah ditetapkan	0.596	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
3	Hotel Aston Bogor menggunakan teknik statistik dalam membuat keputusan	0.530	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
4	Hotel Aston Bogor melakukan pengujian serta pengumpulan data dan informasi yang berhubungan dengan sasaran	0.464	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai nilai r_{hitung} yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS lebih besar dibandingkan nilai 0,3 sehingga dapat dikatakan semua item pernyataan tentang variabel tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

Tabel 4. 11 Hasil Validitas Variabel Kinerja Operasional

NO	INDIKATOR	<i>Corrected Item to Total Correlation</i>	SIMPULAN	KETERANGAN
	Kinerja Operasional			
1	Menurut saya, Hotel Aston Bogor merupakan hotel yang memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan	0.491	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
2	Menurut saya, Jumlah tamu selalu banyak	0.550	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
3	Menurut saya, semua aktivitas hotel dilakukan sesuai SOP	0.540	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
4	Saya selalu memberikan Pelayanan yang diberikan sesuai standar (bintang) hotel	0.560	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
5	Saya selalu memanfaatkan waktu kerja secara optimal	0.625	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$

6	Menurut saya, System pendapatan kehadiran di perusahaan sudah efektif	0.663	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$
7	Menurut saya, Hotel Aston Bogor selalu meningkatkan sumber daya manusia yang sesuai dengan perkembangan hotel	0.664	Valid	Karena nilai $r_{hitung} > 0,3$

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa semua nilai nilai r_{hitung} yang disajikan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS lebih besar dibandingkan nilai 0,3 sehingga dapat dikatakan semua item pernyataan tentang variabel tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya jika alat pengukur digunakan berkali-kali untuk mengukur fenomena yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang atas pertanyaan yang disampaikan konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas menunjukkan kemampuan alat ukur untuk menghasilkan hasil pengukuran yang dapat dipercaya apabila menggunakan teknik Cronbach's Alpha. Penelitian ini menggunakan kuisisioner yang telah dibagikan kepada 30 responden. Dapat diketahui $N = 30$, Cronbach's Alpha $> 0,600$. Setiap butir pernyataan dikatakan reliabel jika Cronbach's Alpha $> 0,600$.

Tabel 4. 12Hasil Uji Reliabilitas

NO	VARIABEL	Cronbach α	SIMPULAN	KETERANGAN
1	Orientasi Pada Pelanggan	0.687	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
2	Orientasi Pada Kualitas	0.757	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
3	Pemberdayaan Karyawan	0.775	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
4	Manajemen Berdasarkan Fakta	0.742	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$
5	Kinerja Operasional	0.812	Reliabel	Karena Cronbach $\alpha > 0,6$

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Data diatas menunjukkan bahwa semua nilai *Cronbach Alpha* dalam tabel *Reability Statistics* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk masing-masing variabel lebih besar 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel penelitian *reliabel* dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

4.2.4. Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik digunakan untuk memastikan persamaan regresi yang difungsikan tepat dan valid. Uji asumsi klasik dilakukan sebelum analisa regresi berganda dan pengujian hipotesis. Setelah uji kualitas data yang dihasilkan sudah tepat dan dapat digunakan untuk uji selajutnya yaitu uji asumsi klasik. Tujuannya untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi dan konsisten. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: (1) Uji Normalitas, (2) Uji Multikolinearitas dan (3) Uji Heteroskedasitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila model regresi variabel tidak berdistribusi secara normal maka tidak memenuhi syarat uji parametric yang salah satunya mengharuskan model berdistribusi secara normal. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan metode grafik dan uji Kolmogorov-smirnov. Uji normalitas dengan grafik menunjukkan hasil seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini. Gambar tersebut merupakan gambar grafik histogram yang dapat disimpulkan berdistribusi normal, karena grafiknya seimbang, tidak miring kekanan maupun ke kiri (skewness), dan tidak terlalu condong ke atas maupun tidak terlalu rata ke bawah (kurtosis).

Apabila menggunakan uji Kolmogorov smirnov, model regresi dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikasinya lebih dari 0,05.

Sedangkan uji Kolmogorov simrnov dihasilkan seperti pada tabel berikut:

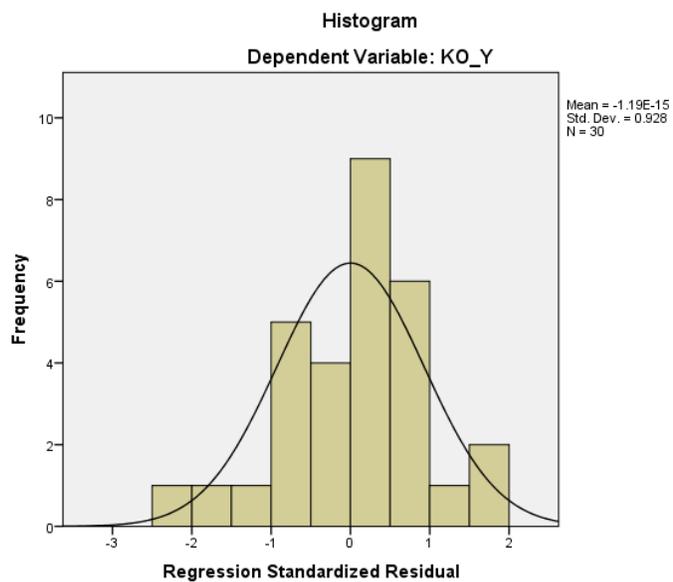
Tabel 4. 13 Kolmogorov Simrnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.01652528
Most Extreme Differences	Absolute	.119
	Positive	.069
	Negative	-.119
Test Statistic		.119
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal, karena nilai signifikansinya $> 0,05$.



Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas secara Grafis

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Pada grafik diatas terlihat bahwa model berdistribusi normal. Terlihat dari gambar histogram yang tidak miring kekanan maupun kekiri, sehingga model regresi layak untuk memprediksi kinerja operasional pada penelitian.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel bebas. Untuk menemukan ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Kriterianya adalah jika nilai tolerance $< 0,1$ atau $VIF > 10$, maka data tersebut terjadi multikolinearitas, sedangkan nilai tolerance $> 0,1$ atau $VIF < 10$, maka data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)

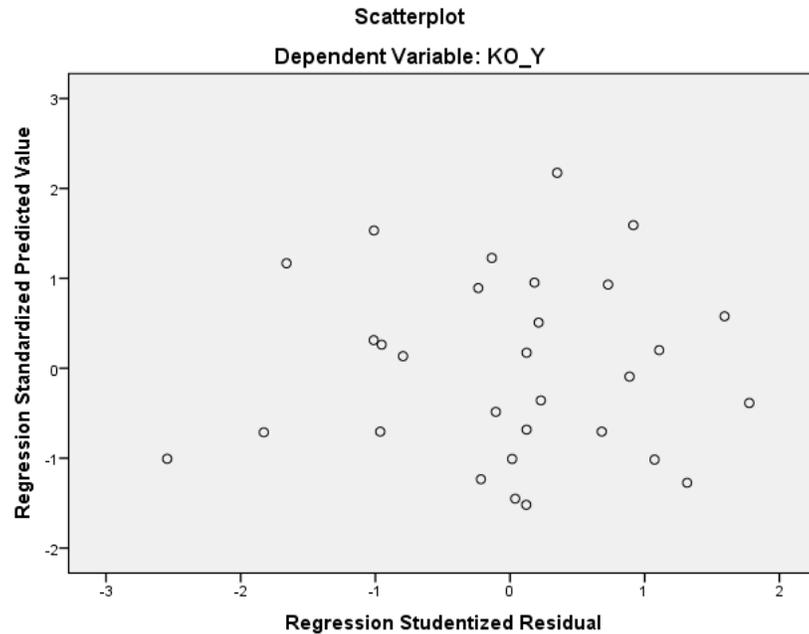
Variable independen	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Orientasi Pada pelanggan (X1)	0.895	1.117	Tidak terjadi multikolinieritas
Orientasi Pada Kualitas (X2)	0.574	1.740	Tidak terjadi multikolinieritas
Pemberdayaan Karyawan (X3)	0.456	2.195	Tidak terjadi multikolinieritas
Manajemen Berdasarkan Fakta (X4)	0.461	2.171	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Hasil Peneliian, 2023 (Data Diolah)

Data diatas menunjukkan bahwa nilai nilai *tolerance* variabel independen yang ada diatas 0,1 serta nilai VIF variabel independennya semua dibawah 10 dimana tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi linier berganda adalah dengan melihat grafik scatterplot atau nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Jika tidak ada pola tertentu dan tidak menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dibawah ini hasil uji Heteroskedastisitas menggunakan pendekatan grafik.



Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Grafik

Sumber: Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

Grafik Scatterplot di atas memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas. Tersebar baik diatas maupun di bawah angka 0 pada yumbu Y. Berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga layak digunakan untuk memprediksi kinerja operasional berdasarkan masukan variabel independennya.

Tabel 4. 15 Uji Glesjer

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.699	3.459		-.202	.842
	OP_X1	.094	.133	.144	.710	.485
	OK_X2	.006	.146	.011	.043	.966
	PK_X3	-.153	.134	-.324	-1.144	.264
	MF_X4	.190	.186	.288	1.020	.318

a. Dependent Variable: Abs_RES

4.2.5. Hasil Uji Hipotesis

Data dinyatakan layak untuk dilakukan uji-uji selanjutnya, dan yang terakhir dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Tujuan uji hipotesis untuk memberikan arah penelitian, memberikan kerangka untuk laporan penelitian, memberikan penjelasan sementara tentang gejala, dan untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya pada tingkat populasi berdasarkan data statistik. Yang termasuk ke dalam uji hipotesis antara lain persamaan regresi, uji F (Uji Simultan), Koefisiensi determinasi (R^2) dan uji T (Uji Parsial).

1. Persamaan Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda digunakan untuk memprediksi besarnya hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Hasil perhitungan dan pengolahan data dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS), didapatkan tabel *Coefficients* seperti terlihat pada Tabel 4.15. dibawah ini.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constant)	16.667	5.604		2.974	.006
Orientasi Pada Pelanggan	-.118	.215	-.075	-.548	.589
Orientasi Pada Kualitas	-.305	.237	-.219	-1.285	.210
Pemberdayaan Karyawan	.631	.216	.558	2.915	.007
Manajemen Berdasarkan Fakta	.656	.302	.414	2.174	.039

a. Dependen Variabel : Kinerja Operasional

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan hasil analisis di atas, maka dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 16,667 - 0,118X_1 - 0,305X_2 + 0,631X_3 + 0,656X_4$$

Yang berarti bahwa :

- a. Konstanta sebesar 16,667 yang berarti jika variabel orientasi pada pelanggan, orientasi pada kualitas, pemberdayaan karyawan dan manajemen berdasarkan fakta dianggap nol maka variabel kinerja operasional hanya sebesar 16,667.
- b. Koefisien regresi variabel orientasi pada pelanggan sebesar -0,118 yang berarti jika variabel orientasi pada pelanggan mengalami kenaikan 1 point sementara variabel orientasi pada kualitas, pemberdayaan karyawan dan manajemen berdasarkan fakta diasumsikan tetap maka kinerja operasional akan mengalami kenaikan sebesar -0,118 point.
- c. Koefisien regresi variabel orientasi pada kualitas sebesar -0,305 yang berarti jika variabel orientasi pada kualitas mengalami kenaikan 1 point, sementara orientasi pada pelanggan, pemberdayaan karyawan dan manajemen berdasarkan fakta diasumsikan tetap maka kinerja operasional akan mengalami kenaikan sebesar -0,305 point.
- d. Koefisien regresi variabel pada pemberdayaan karyawan sebesar 0,631 yang berarti jika variabel pada pemberdayaan karyawan mengalami kenaikan 1 point, sementara variabel orientasi pada pelanggan, orientasi pada kualitas dan manajemen berdasarkan fakta diasumsikan tetap maka kinerja operasional akan mengalami kenaikan sebesar 0,631 point.
- e. Koefisien regresi variabel pada manajemen berdasarkan fakta sebesar 0,656 yang berarti jika variabel pada manajemen berdasarkan fakta mengalami kenaikan 1 point, sementara variabel orientasi pada pelanggan, orientasi pada kualitas dan pemberdayaan karyawan diasumsikan tetap maka kinerja operasional akan mengalami kenaikan sebesar 0,656 point.

2. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Orientasi pada pelanggan (X_1), orientasi pada kualitas (X_2), pemberdayaan karyawan (X_3), manajemen berdasarkan fakta (X_4), kinerja operasional (Y). Adapun hasil Uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel *Anova* di bawah ini.

Tabel 4. 17 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	163.468	4	40.867	8.695	.000 ^b
Residual	117.499	25	4.700		
Total	280.967	29			

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} yang diolah dengan menggunakan SPSS adalah sebesar 8,695. Sementara nilai F_{tabel} yang ada pada tabel nilai-nilai untuk distribusi F adalah 2,760. Dengan demikian dapat dikatakan nilai $F_{hitung} = 8,695 >$ dari $F_{tabel} = 2,760$. Berarti variabel independen yang terdiri dari orientasi pada pelanggan, orientasi pada kualitas, pemberdayaan karyawan dan manajemen berdasarkan fakta berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional pada Hotel aston Bogor.

3. Koefisiensi Determinasi

Selanjutnya setelah variabel independen berpengaruh terhadap kinerja operasional di Hotel Aston Bogor, untuk melihat berapa besar pengaruh dapat dilihat pada tabel model *Summary* hasil perhitungan dari menggunakan SPSS. Dalam analisis regresi terdapat koefisien determinasi berganda dapat digunakan sebagai ukuran untuk menyatakan kecocokan garis regresi yang diperoleh, semakin besar nilai Adjusted R Square maka semakin kuat kemampuan model regresi yang diperoleh untuk menerangkan kondisi yang sebenarnya, Seperti terlihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 18 Koefisiensi Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763 ^a	.582	.515	2.16794

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,515 atau 51,5%. Berarti bahwa variabel independen yaitu orientasi pada pelanggan, orientasi pada kualitas, pemberdayaan karya dan manajemen berdasarkan fakta secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen kinerja operasional pada Hotel Aston Bogor sebesar 51,5% sedangkan sisanya 48,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak

termasuk dalam penelitian ini. Seperti pelatihan dan pendidikan, promosi, lingkungan dan lain sebagainya.

4. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Langkah yang terakhir dilakukan adalah dengan melakukan uji t atau uji Parsial.

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas (independen) secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependennya secara parsial atau sendiri-sendiri. Uji t menggunakan nilai signifikansi $\alpha = 5\%$. Kriteria pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik t adalah jika nilai signifikansi t (p-value) $< 0,05$.

Hasil Uji t bisa dilihat pada tabel *Coefficients* 4.16 diatas, agar lebih jelas bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 19 Hasil Uji t (Uji Parsial)

VARIABEL			Sig.		KESIMPULAN
	t_{hitung}	t_{tabel}	HASIL	$\alpha = 5\%$	
Orientasi pada pelanggan	-0,548	$< 2,059$	0,589	$> 0,05$	Tidak berpengaruh signifikan
Orientasi pada kualitas	-1,285	$< 2,059$	0,210	$> 0,05$	Tidak berpengaruh signifikan
Pemberdayaan karyawan	2,915	$> 2,059$	0,007	$< 0,05$	Berpengaruh signifikan
Manajemen berdasarkan fakta	2,174	$> 2,059$	0,039	$< 0,05$	Berpengaruh signifikan

Sumber: Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

Untuk menentukan H_0 maupun H_1 yang ditolak atau diterima maka nilai t_{hitung} diatas dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) adalah 2,059. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Secara Parsial Orientasi pada pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Operasional pada Hotel Aston Bogor karena $t_{hitung} (-0,548) < t_{tabel} (2,059)$ serta nilai signifikasinya diatas 0,05.
- b. Secara Parsial Orientasi pada Kualitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Operasional pada Hotel Aston Bogor karena $t_{hitung} (-1,285) < t_{tabel} (2,059)$

serta nilai signifikasinya diatas 0,05.

- c. Secara Parsial Pemberdayaan Karyawan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Operasional pada Hotel Aston Bogor karena $t_{hitung} (2,915) < t_{tabel} (2,059)$ serta nilai signifikasinya dibawah 0,05.
- d. Secara Parsial Manajemen Berdasarkan Fakta berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Operasional karena $t_{hitung} (1,174) < t_{tabel} (2,059)$ serta nilai signifikasinya dibawah 0,05.

5. Pengaruh Dominan

Untuk mengetahui variabel independen yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen adalah dengan cara melihat besarnya nilai *Standardized Coefficient Beta* seperti pada tabel 4.15 diatas. Tabel diatas memperlihatkan bahwa variabel independen yang mempunyai *Standardized Coefficient Beta* paling besar adalah variabel pemberdayaan karyawan 0,515 yaitu sebesar yang berarti bahwa variabel pemberdayaan karyawan merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kinerja operasional pada Hotel Aston Bogor.

4.3.

Setelah melakukan analisis data, berdasarkan hasil temuan penelitian bahwa variabel orientasi pada pelanggan, orientasi pada kualitas, pemberdayaan karyawan, manajemen berdasarkan fakta. Dari keempat variabel independen yang digunakan, terdapat 2 variabel yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional yaitu variabel orientasi pada pelanggan dan orientasi pada kualitas. Dan 2 variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional yaitu variabel pemberdayaan karyawan dan manajemen berdasarkan fakta. Variabel yang paling dominan dari semua variabel yaitu variabel pemberdayaan karyawan. Yang berarti pemberdayaan karyawan sangat berpengaruh untuk keberlangsungan kegiatan organisasi yang ada di dalam hotel. Dimana perusahaan harus terus memberikan wewenang kepada karyawan untuk merencanakan, mengendalikan dan membuat keputusan tentang tanggung jawab dan pekerjaannya.

4.3.1 Pengaruh orientasi pada pelanggan terhadap kinerja operasional

Keberhasilan suatu bisnis ditentukan oleh pelanggan, dimana perusahaan harus memprioritaskan pelanggan dengan strategi bisnis yang baik. Salah satu caranya adalah orientasi pada pelanggan. Di bidang jasa akomodasi perhotelan kenyamanan tamu pada saat menginap adalah suatu bentuk perusahaan sangat memperhatikan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh tamu. Jika perusahaan ingin sukses dalam jangka panjang, orientasi pelanggan harus diterapkan. Perusahaan harus menekankan pemahaman dan mengetahui kebutuhan dan harapan pelanggannya. Caranya dengan sikap *customer-centric* yaitu mempromosikan kepercayaan dan loyalitas diantara pelanggan, yang membantu dalam retensi jangka panjang. Lalu dapat menciptakan produk dan layanan yang melebihi ekspektasi pelanggan dengan mendengarkan mereka dan memahami kebutuhan mereka. Yang sudah perusahaan lakukan adalah dengan terus memperbaiki keluhan dan saran yang didapatkan dari tamu yang berkunjung dan menginap di Hotel Aston Bogor. Dari review yang tamu berikan melalui situs online maupun secara langsung.

4.3.2 Pengaruh orientasi pada kualitas terhadap kinerja operasional

Orientasi pada kualitas adalah suatu ketertarikan organisasi atau perusahaan untuk melihat rincian dan tingkatan mereka terhadap suatu standar yang telah ditetapkan. Orientasi pada kualitas adalah membangun komitmen organisasi untuk mengembangkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif berdasarkan fokus pada kualitas. Perusahaan harus kompeten untuk mempromosikan efektivitasnya serta mengantisipasi dan mengatasi permasalahan. Dimana perusahaan harus konsisten dalam memantau kualitas produk dan layanan serta proses yang digunakan untuk menghasilkan kualitas yang baik.

Karena kepuasan pelanggan adalah tujuan perusahaan yang berorientasi pada kualitas. Maka dari itu perusahaan harus dapat meningkatkan kinerja karyawan tanpa perlu mengeluarkan biaya yang lebih banyak. Peningkatan kinerja dilakukan untuk mempertahankan kreativitas ketika berhadapan dengan kondisi pasar yang terus berubah dan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif pada perusahaan.

4.3.3 Pengaruh pemberdayaan karyawan terhadap kinerja operasional

Pemberdayaan karyawan adalah pemberian wewenang kepada karyawan untuk merencanakan, mengendalikan dan membuat keputusan tentang pekerjaan yang tanggung jawabnya tanpa harus mendapatkan otorisasi secara eksplisit dari manajer. Perusahaan ingin karyawannya memiliki *soft skill* dan potensi yang mumpuni. Perusahaan melakukan upaya pemberdayaan karyawan. Untuk memberi ruang karyawan membuat keputusan atau inisiatif dan berperilaku sesuai dengan tujuan perusahaan. Pemberdayaan karyawan dilakukan dengan tetap melibatkan peran pemimpin.

Karena potensi yang dimiliki setiap karyawan sangat spesifik dan unik antara satu karyawan dengan karyawan lainnya. Perlu cara dan strategi dalam upaya pemberdayaan karyawan yaitu pembinaan dan konseling, memberi ruang untuk beraktivitas, bangun kepercayaan. Latih kepercayaan dari karyawan, menjaga kredibilitas, menanamkan nilai akuntabilitas serta komunikasi yang terbuka.

4.3.4 Pengaruh manajemen berdasarkan fakta terhadap kinerja operasional

Manajemen berdasarkan fakta adalah keputusan yang harus berdasarkan data, bukan sekedar pada perasaan. Untuk mendapatkan seluruh informasi terkait performa perusahaan maka memerlukan data untuk mengukurnya. Sistem manajemen *Total Quality Management* mengharuskan perusahaan untuk mengumpulkan dan melakukan analisa data secara berkelanjutan agar seluruh keputusan atau kebijakan yang diambil benar-benar tepat. Dengan menggunakan data, maka perusahaan bisa menarik kesimpulan berdasarkan tingkat kejadian ataupun hasil sebelumnya. Cara ini masih terus dilakukan agar perusahaan kedepannya bisa lebih maju dan baik. Serta menjadi perusahaan yang sukses dan menjadi pilihan pelanggan yang akan melakukan konferensi maupun liburan keluarga.