

Sonya Yola Wangkay (2005). Korelasi Antara *Contact Personnel* Dan *Physical Environment* Dengan Citra Hotel Sheraton Di Surabaya_Skripsi Sarjana Strata 1, Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Surabaya.

ABSTRAK

Persaingan yang ketat pada bisnis perhotelan mengharuskan setiap hotel menganalisis lingkungannya dan menetapkan produknya dalam otak calon konsumen, sehingga produknya dapat dibedakan dari produk pesaing, akhirnya produk dapat melekat dalam benak calon konsumen. Survei awal dilakukan terhadap 20 orang konsumen Hotel Sheraton dan diketahui bahwa penilaian responden tentang prosedur layanan *check-in* dan *check-out* pada Hotel Sheraton relatif cepat. Peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa konsumen hotel Sheraton Surabaya diketahui bahwa responden menyukai keramahan para karyawan hotel selain itu mereka juga menyukai suasana yang dirasakan saat pertama kali masuk hotel Sheraton Surabaya. Sesuai dengan perumusan masalah yang telah diungkapkan maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui hubungan antara *contact personnel* dan *physical environment* khususnya bagian *front-office* dengan citra organisasi dilihat dari perspektif konsumen yang menginap pertama kali di hotel Sheraton Surabaya.

Subyek penelitian adalah konsumen hotel Sheraton Surabaya yang melakukan *reservasi* kamar pada *front office* dan baru pertama kali menginap di Hotel Sheraton Surabaya. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *Incidental Sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah angket dengan menggunakan skala pengukuran Semantic Differensial. Didapatkan jumlah subyek penelitian sebanyak 107 orang. Analisis statistik yang digunakan adalah memakai program Statistik (SPSS), menggunakan program komputer Windows. Pengujian hipotesis menggunakan Analisis Regresi Ganda.

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa masing-masing variabel *contact personnel* dan *physical environment* memiliki hubungan yang signifikan terhadap Citra. Hubungan ini bersifat positif, artinya semakin baik *contact personnel* hotel, maka semakin baik pula citra konsumen terhadap hotel. Semakin bagus *physical environment* hotel maka konsumen akan memiliki citra yang baik terhadap Hotel Sheraton. Variabel yang paling kuat memiliki hubungan terhadap citra adalah variabel *contact personnel* karena memiliki nilai r par yang paling besar, yaitu r par = 0,306, sedangkan nilai r par variabel *physical environment* hanya sebesar 0,293. Artinya konsumen memberikan perhatian yang besar terhadap kontak langsung yang diberikan karyawan terhadap dirinya ketika memberikan pelayanan. Saran penelitian ini adalah sebaiknya pihak manajemen Hotel Sheraton lebih peka terhadap keinginan dan selera konsumen. Misalnya menciptakan suasana yang *comfort* dan desain interior yang bernuansa klasik, serta perjalanan dari area parkir dan lobby hotel dapat dihubungkan dengan *lift* untuk mengefisienkan waktu konsumen mengingat kebanyakan *customer* adalah pengusaha. Desain interior pada *lobby* hotel sebaiknya lebih bernuansa modern dan energik agar lebih *fresh*, sehingga konsumen merasa nyaman dan tenang berada di hotel Sheraton.

Kata kunci: Citra Organisasi, *Contact personnel*, *Physical environment*, *Front office departement*.