

## PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP HIGIENE DAN SANITASI KAMAR PADA HOTEL ASTON KUPANG

Friend Zakharia

Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Kupang  
Jl. Adisucipto Kampus Penfui-Kupang NTT  
\* E-mail: fzakharia5@gmail.com

### Abstrak

*This study aims to determine consumer perceptions of room hygiene and sanitation at Hotel Aston Kupang. This type of research is a quantitative descriptive study with a survey approach. The research sample is 83 consumers who stay at Hotel Aston Kupang. Data collection techniques using questionnaires, observation, literature and documentation. The validity test uses the product moment correlation formula, while the reliability test uses the Cronbach Alpha formula with the reliability coefficient values 0.817 and 0.926. After describing the value with a Likert scale, the data were analyzed using quantitative descriptive techniques, namely methods that describe some data logically so that conclusions can be drawn and supported by average analysis to answer the problem formulation. Based on the results of the discussion and analysis of previous data, it can be concluded that consumer perceptions of hygiene are good, while consumer perceptions of room sanitation at Aston Hotel Kupang are very good.*

**Keywords:** Consumer Perception, Room Hygiene, Sanitation.

### PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan industri perdagangan jasa yang memiliki mekanisme pengaturan yang kompleks karena mencakup pengaturan pergerakan wisatawan dari negara asalnya yang melibatkan berbagai hal, seperti transportasi, penginapan, restoran, pemandu wisata, dan lain-lain. Oleh karena itu, industri pariwisata memegang peranan yang sangat penting dalam pengembangan pariwisata. Industri-industri pariwisata yang sangat berperan dalam pengembangan pariwisata adalah biro perjalanan wisata, hotel dan restoran. Selain itu juga didukung oleh industri-industri pendukung pariwisata lainnya.

Hotel merupakan salah satu akomodasi bagi orang-orang yang melakukan perjalanan untuk berbagai tujuan. Perusahaan hotel terdiri dari bangunan yang dapat digunakan sebagian atau seluruhnya untuk menyelenggarakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum serta jasa lainnya. Jasa pelayanan suatu hotel dapat dikatakan baik apabila berdasarkan pandangan para konsumen yang telah menggunakannya dianggap sudah baik. Pandangan atau persepsi sendiri dapat digambarkan sebagai proses dimana seseorang menyeleksi, mengorganisasi, dan menerjemahkan stimulasi menjadi sebuah arti yang koheren dengan semua kejadian

Aston Kupang Hotel and Convention Center, hotel berbintang empat yang berlokasi di Jl. Timor Raya No 142 Kelapa Lima, Kupang Nusa Tenggara Timur ini merupakan salah satu industri jasa pariwisata yang menyediakan layanan penginapan, *ballroom*, *meeting room* serta fasilitas penunjang lainnya yang bernaung dibawah Archipelago *Internasional Hotel and Resort & Residences*. Agar dapat memberikan perlindungan atas kepentingan konsumen, masyarakat dan lingkungannya selama berada di hotel maka dibutuhkan sebuah prinsip yaitu hygiene dan sanitasi .

Dalam menangani Higiene dan Sanitasi kamar hotel peranan *Housekeeping* khususnya Room Attendant sangat besar karena merupakan tugas dan tanggung jawab dari departemen dan *Section* itu sendiri. *Housekeeping* itu sendiri merupakan bagian yang bertanggung jawab atas kebersihan, keindahan, dan kenyamanan baik itu di dalam kamar tamu, dalam area hotel (*coridor*, *lobby*, *guest room*, *employ area* dan *lift* ) serta kebersihan dan keindahan area luar hotel (*garden*, *swimmingpool*, *parking area*) dan di perlukan kebersihan diri karyawan dan kebersihan lingkungan sekitar hotel tersebut.

Pihak hotel selaku penyelenggaraan jasa pelayanan harus dapat melaksanakan Higiene dan Sanitasi secara baik dan benar. Dengan pengertian Higiene dan Sanitasi sebagai berikut: "Higiene", upaya pencegahan/ preventif



untuk menjaga kesehatan manusia yang kegiatannya fokus pada usaha kesehatan individu sedangkan "Sanitasi", upaya pencegahan/ preventif untuk menjaga kesehatan yang kegiatannya fokus pada lingkungan manusia.

Kamar merupakan tempat yang akan sering didiami oleh tamu sehingga sangat memerlukan tingkat hygiene dan sanitasi yang baik. Room attendant merupakan orang yang paling berperan dalam menciptakan rasa nyaman pada tamu khususnya selama tamu berada dikamar. Agar dapat melihat apakah prinsip hygiene dan sanitasi di kamar telah baik dan sesuai dengan pandangan tamu maka diperlukan sebuah penelitian terhadap penilaian tamu tersebut Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik meneliti tentang "**Persepsi Konsumen Terhadap Higiene dan Sanitasi Kamar di Aston Kupang Hotel and Convention Center**"

#### Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut bagaimana persepsi konsumen terhadap hygiene dan sanitasi kamar di Aston Kupang *Hotel and Convention Center*?

Tujuan penelitian sebagai berikut Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap hygiene dan sanitasi kamar di Aston Kupang *Hotel and Convention Center*.

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan rekomendasi kepada industry agar lebih memperhatikan penerapan prinsip hygiene dan sanitasi pada bagian kamar tamu.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pengetahuan bagi yang memerlukan khususnya bidang penerapan hygiene dan sanitasi pada kamar tamu.

#### TINJAUAN TEORITIS

Kegiatan Higiene dan Sanitasi hotel yang baik sangat dibutuhkan untuk menciptakan tata kelola/manajemen industri perhotelan, khususnya fungsi pengembangan hotel yang berkaitan dengan keselamatan dan kesehatan kerja yang kedepan hendaknya dirancang dengan memperhatikan kebutuhan-kebutuhan dari *operational hotel*. Terutama yang berkaitan dengan kepuasan tamu yaitu higine

dan Sanitasi kamar.

Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunannya untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makanan dan minum serta jasa lainnya bagi umum yang dikelola secara komersil serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan didalam (SK Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi NO. KM.37/PW.340/MPPT.S86).

Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan bagi umum yang dikelola secara komersial (Yuniawati Ekaningrum, 2016: 41). Berdasarkan pengertian diatas bahwa kegiatan hotel sangat erat hubungannya dengan Higiene dan Sanitasi dalam hal ini adalah kamar yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan tamu yang semua itu diatur guna kelangsungan usaha dibidang hospitality industri.

#### Higiene Sanitasi

Berdasarkan SK Dirjen Pariwisata, Higiene dan Sanitasi adalah meliputi perorangan, makanan dan minuman serta lingkungan, dan tujuan diadakannya usaha Higiene dan Sanitasi adalah untuk mencegah timbulnya penyakit dan keracunan serta gangguan kesehatan lain sebagai akibat dari adanya interaksi faktor-faktor lingkungan hidup manusia (Richard Sihete, 2002 : 18).

Kata Higiene berasal dari kata Yunani yang artinya ilmu untuk membentuk dan menjaga kesehatan (Streeth, J.A. and Southgate H.A. 1986). Dalam sejarah Yunani Higiene berasal dari nama DEWI yaitu HYGEA (Dewi pencegah penyakit). Beberapa pengertian hagiene yang mempunyai arti yang sama antara lain:

- a. Ilmu yang mengajarkan cara-cara untuk memperthankan kesehatan jasmani dan rohani, serta social untuk mencapai tingkat kesehatan yang lebih tinggi.
- b. Suatu pencegahan penyakit yang menitik beratkan pada usaha kesehatan manusia-manusia beserta lingkungan tempat orang tersebut berada.
- c. Keadaan dimana seseorang, makanan, tempat kerja, atau peralatan aman (sehat) dan bebas pencemaran yang diakibatkan oleh bakteri, serangga, binatang lainnya.
- d. Menurut BROWNEL: Higiene adalah bagaimana caranya orang memelihara dan melindungi kesehatan.
- e. Menurut Gost: Higiene adalah suatu ilmu kesehatan yang mencakup seluruh

faktor yang dapat membantu adanya kehidupan yang sehat baik perorangan maupun melalui masyarakat.

- f. Menurut PRESCOT: Higiene menyangkut dua aspek yaitu INDIVIDU (personal Higiene) dan LINGKUNGAN (Environment)
- g. Menurut Shadily, Higiene adalah suatu ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang kesehatan. Higiene erat hubungannya dengan perorangan, makanan dan minuman karena merupakan syarat untuk mencapai derajat kesehatan.

Selanjutnya, menurut Agus (2009) kebersihan perorangan atau lebih dikenal dengan istilah *Personal Hygiene* adalah cara perawatan diri seseorang untuk memelihara kesehatannya dan dikategorikan dalam beberapa jenis perawatan antara lain seperti:

- a. Higiene Perorangan Kulit
- b. Higiene Perorangan Kuku Tangan dan Kaki
- c. Higiene Perorangan Rambut
- d. Higiene Perorangan Gigi dan Mulut

Pengertian Sanitasi ada beberapa pengertian yang sama yaitu:

- a. Sanitasi adalah suatu usaha pencegahan penyakit yang menitik beratkan kegiatan pada usaha kesehatan lingkungan hidup manusia.
- b. Upaya menjaga pemeliharaan agar seseorang, makanan, tempat kerja atau peralatan agar Higiene (sehat) dan bebas pencemaran yang diakibatkan oleh bakteri, serangan atau binatang lainnya.
- c. Menurut Dr. Azrul Azwar: Sanitasi adalah cara pengawasan masyarakat yang menitik beratkan pada pengawasan terhadap berbagai faktor lingkungan yang mungkin mempengaruhi derajat kesehatan masyarakat.
- d. Menurut Hopkins: Sanitasi adalah cara pengawasan terhadap faktor-faktor lingkungan yang mempunyai pengaruh terhadap lingkungan.

Selanjutnya, pengertian Sanitasi menurut Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor :965/MENKES/SK.XI/1992 adalah segala upaya yang dilakukan untuk menjamin terwujudnya kondisi yang memenuhi persyaratan kesehatan dan penyehatan lingkungan hotel dilakukan dengan cara penilain determinan penyebab gangguan kesehatan yaitu memberikan gambaran penerapan Sanitasi perhotelan berdasarkan Permenkes No. 80 Tahun 1990 tentang persyaratan kesehatan Hotel yang tertera

sebagai berikut:

- a. Persyaratan Lingkungan dan Bangunan Hotel
- b. Persyaratan Kesehatan Kamar/Ruang Hotel
- c. Persyaratan Kesehatan Fasilitas Hotel

Pengertian diatas penulis mendefinisikan bahwa Sanitasi merupakan usaha yang konkret dalam mewujudkan kondisi Higiene yang meliputi kebersihan, kesehatan, penataan, sterilisasi, penyemprotan hama dan lain-lain, baik menyangkut masalah kamar, makanan dan minuman, serta lingkungan hotel.

### Higiene dan Sanitasi kamar

Kegiatan Higiene dan Sanitasi kamar di Aston Kupang *Hotel and Covention Center* merupakan hal yang penting karena menyangkut kebersihan dan kesehatan kamar. Kegiatan ini sangat mendukung efektifitas kebersihan, kesehatan, kerapian dan keindahan kamar dalam mencapai tujuan serta menciptakan kepuasan tamu. Tamu di Aston Kupang *Hotel and Convention Center* akan merasa puas apabila di dalam kamarnya bersih, sehat, rapi, indah dan merasa nyaman, aman, santai dan privasinya terjaga (Ichwan Prastowo, 2015).

*Housekeeping* berasal dari kata *house* yang berarti rumah, wisma, hotel, dan *to keep* yang berarti merawat atau memelihara. Jadi *Housekeeping* adalah bagian atau departemen yang mengatur atau menata peralatan, menjaga kebersihan, memperbaiki kerusakan, dan memberi dekorasi dengan tujuan agar hotel tampak rapi, bersih, menarik dan menyenangkan penghuninya (Ichwan Prastowo, 2015).

*Housekeeping department*, bagi sebagian besar hotel, merupakan sumber pendapatan hotel yang paling besar. Karena tamu yang menginap tentu mengeluarkan uang lebih banyak untuk sewa kamar bila dibandingkan dengan uang yang harus dibayarkan untuk makan dan minum serta pengeluaran yang lain. Sebagai sumber pendapatan, *Housekeeping departmen* harus ditangani oleh tenaga-tenaga trampil dan profesional. Kelancaran penyiapan dan pemeliharaan kebersihan kamar ditentukan oleh *Housekeeping* oleh karena itu *Housekeeping* harus diperhatikan dengan baik agar tamu nyaman tinggal di hotel. (Rumekso, 2009).

Pengertian diatas penulis mendefinisikan bahwa usaha utama perhotelan adalah penjualan kamar yang merupakan tempat untuk menginap tamu, maka kamar harus selalu bersih, sehat, rapi,

indah dan terutama kelengkapan kamar yang berhubungan dengan guest supplies dan guest amenities.

### Persepsi

Menurut Nitisusastoro (2012:15), persepsi digambarkan sebagai proses dimana individu seseorang menyeleksi, mengorganisasi dan menerjemahkan stimulasi menjadi sebuah arti dengan kejadian dunia sedangkan menurut Slameto (2010:22) persepsi adalah proses yang menyangkutnya pesan atau informasi kedalam otak manusia. Berikut ada dua faktor yang mempengaruhi persepsi:

- a. Faktor internal, yaitu faktor yang ada dalam individu yang mencakup perhatian, minat, serta pengalaman.
- b. Faktor eksternal, yaitu lingkungan dan obyek yang dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia dan mempengaruhi seseorang yang dapat menerimanya, melalui keunikan, warna, dan gerakan.

Kesan yang diterima dari individu sangat tergantung pada seluruh pengalaman yang telah diperoleh melalui proses berpikir dan belajar, serta dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari individu, Susanti (2019:95). Persepsi sebagai aktivitas yang memungkinkan manusia mengendalikan rangsangan yang melalui alt inderanya, menjadi kemampuan, itulah yang memungkinkan individu mengenal lingkungan pergaulan hidupnya, Sabri (2010:36). Dengan demikian persepsi mempunyai implikasi penting untuk bertingkah lakunya seseorang dan menentukan bagaimana ia berinteraksi dan bereaksi baik atau buruk pada obyek yang dipersepsi tersebut.

Menurut BW Majid (2017:1) dalam teori Gestalt menjabarkan beberapa prinsip yang dapat menjelaskan bagaimana seseorang menata sensasi menjadi sebuah persepsi. Proses pemahaman ini merupakan rangsangan yang diperoleh indera menyebabkan persepsi terbagi dari beberapa jenis:

- a. persepsi visual, didapatkan dari indera penglihatan. Persepsi ini adalah persepsi yang paling awal berkembang pada bayi, dan mempengaruhi bayi dan balita memahami dunianya
- b. persepsi auditori, didapatkan dari indera pendengaran yaitu telinga
- c. persepsi perabaan, didapatkan dari indera aktif yaitu kulit

### Konsumen

Menurut Dewi (2013;1) konsumen adalah seseorang yang menggunakan produk atau jasa yang dipasarkan. Sedangkan menurut Kotler (2013: 88) konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi. Pada intinya pengertian dari konsumen adalah setiap orang yang memakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan hidupnya maupun untuk berbagai kepentingan tanpa memperdagangkannya kembali.

#### a. Jenis-jenis konsumen

1. Konsumen perorangan (personal customer)  
Konsumen perorangan adalah konsumen yang membeli atau memakai produk barang atau jasa untuk keperluan diri sendiri.
2. Konsumen organisasi  
Konsumen organisasi adalah konsumen yang membeli atau memakai produk barang atau jasa untuk keperluan organisasi tersebut.

#### b. Hak dan Kewajiban Konsumen

Setiap konsumen memiliki hak dan kewajiban seperti terdapat pada Undang-undang nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen diantaranya:

##### 1. Hak konsumen

- a. Konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam penggunaan barang maupun jasa.
- b. Konsumen berhak dalam memilih barang/jasa serta mendapat barang/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Konsumen berhak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur tentang kondisi dan jaminan tentang barang atau jasa yang dibeli
- d. Konsumen berhak untuk didengar pendapat dan keluhannya terkait barang atau jasa yang dipakai.
- e. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Konsumen memiliki hak untuk pembinaan dan pendidikan konsumen
- g. Konsumen berhak untuk

**Friend Zakharia**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *survey* yaitu digunakan untuk menghasilkan data dan menjelaskan tentang bagaimana pengaruh Higiene dan Sanitasi kamar terhadap kepuasan konsumen di Aston *Hotel and Convention Center* dengan pendekatan kuantitatif digunakan untuk pengumpulan data yang luas dan banyak dari data yang diambil dari populasi tertentu. Objek penelitian ini adalah Aston *Kupang Hotel and Convention Center* dan data yang diperoleh akan berupa:

Data Primer: data ini diperoleh secara langsung dari sumbernya. Untuk mendapatkan data ini penulis menggunakan metode kuesioner yang diberikan langsung kepada responden.

Data Sekunder: untuk data sekunder, penulis memperolehnya melalui tinjauan terhadap kepustakaan atau literatur yang tersedia dan yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

**Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:136). Populasi dari penelitian ini adalah tamu yang memakai jasa penginapan (kamar) di Aston *Kupang Hotel and Convention Center*. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan sampel pada penelitian ini dilihat dari konsumen Aston *Kupang Hotel and Convention Center*. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil, penulis menggunakan teknik *sampling accidental* yang berarti sampel didapatkan penulis secara kebetulan, maka diperoleh jumlah sampel yang layak dalam penelitian ini adalah sebanyak 83 orang. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian ini adalah mendapatkan data. (Sugiyono, 2017:455).

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan tiap data dari variabel yang diteliti, melakukan perhitungan dan untuk menjawab rumusan masalah.

**Analisis Pendahuluan**

**Uji Instrumen Penelitian**

Dua konsep untuk mengukur kualitas

mendapatkan perlakuan dan pelayanan yang benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

h. Konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan penggantian jika barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan semestinya.

2. Kewajiban konsumen

a. Konsumen wajib membaca dan mengikuti petunjuk informasi maupun prosedur penggunaan atau pemanfaatan barang atau jasa demi keamanan dan keselamatan.

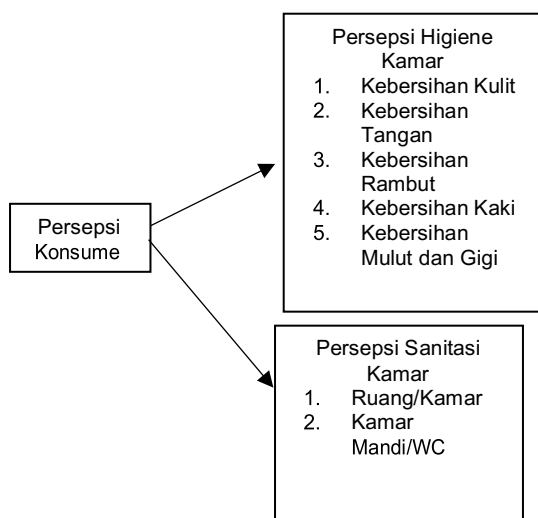
b. Konsumen harus memiliki etiket baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa.

c. Konsumen wajib membayar pembelian barang atau jasa sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.

d. Konsumen wajib mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

**Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir merupakan suatu gambaran sistematis mengenai keseluruhan penulisan yang bertujuan untuk membahas dan menganalisis suatu masalah penelitian ilmiah, dimana hal ini sangat dibutuhkan adanya proses pemikiran ilmiah yang didasari pada teori serta konsep yang berhubungan dengan penelitian ini, Sugiyono (2010:29). Kerangka berpikir dalam penelitian ini, penulis akan meneliti persepsi konsumen terhadap hygiene dan sanitasi kamar di Aston Hotel Kupang sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

**METODE PENELITIAN**

data, yaitu reliabilitas dan validitas. Artinya, suatu penelitian akan menghasilkan kesimpulan yang bisa jika datanya kurang reliable dan kurang valid, untuk itu digunakan SPSS 16.

#### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Sedangkan untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, maka diterapkan kriteria statistik sebagai berikut:

1. Jika  $r_{hitung} > 0,30$  maka dikatakan instrumen valid.
2. Jika  $r_{hitung} < 0,30$  maka dikatakan instrumen tidak valid.

#### Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji reliabilitas adalah:

1. Jika  $r_{hitung} > 0,60$  maka dikatakan instrumen reliable.
2. Jika  $r_{hitung} < 0,60$  maka dikatakan instrumen tidak reliable.

### Deskripsi Identitas Responden

Deskripsi responden digunakan untuk menguraikan gambaran identitas responden dalam penelitian ini, yang dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, alamat dan pekerjaan. Dari 83 kuesioner yang diberikan kepada responden, semuanya telah diisi dengan lengkap sehingga data tersebut dapat diolah lebih lanjut. Adapun deskripsi responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
Pria	50	60%
Wanita	33	40%
<b>Total</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah penulis

Berdasarkan data pada tabel 8 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah responden pria dalam penelitian ini sebanyak 50 orang (60%), dan jumlah responden wanita dalam penelitian ini sebanyak 33 orang (40%).

**Tabel 2. Profil Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Persentase %
17-27	18	22%
28-37	40	48%
38-47	25	30%
<b>Total</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah penulis

Berdasarkan data pada tabel 9 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah responden dalam penelitian ini yang berusia 17-27 tahun sebanyak 18 orang (22%), jumlah responden yang berusia 28-37 tahun sebanyak 40 orang (48%), dan jumlah responden yang berusia 38-47 tahun sebanyak 25 orang (30%).

**Tabel 3. Profil Responden Berdasarkan Alamat**

No	Alamat	Jumlah	Persentase %
1	Kupang	10	12%
2	Kab. Kupang	9	11%
3	Flores	21	25%
4	Malaka	6	7%
5	Jakarta	15	18%
6	Surabaya	10	12%
7	Bandung	12	15%
<b>Total</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah penulis

Berdasarkan data pada tabel 10 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah responden dalam penelitian ini yang berasal dari Kota Kupang sebanyak 10 orang (12%), jumlah responden yang berasal dari Kab. Kupang sebanyak 9 orang (11%), jumlah responden yang berasal dari Flores sebanyak 21 orang (25%), jumlah responden yang berasal dari Malaka sebanyak 6 orang (7%), jumlah responden yang berasal dari Jakarta sebanyak 15 orang (18%), jumlah responden yang berasal dari Surabaya sebanyak 10 orang (12%), dan jumlah responden yang berasal dari Bandung 12 orang (15%).

**Tabel 4. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase %
1	PNS/TNI/POLRI	10	12%
2	Pegawai Swasta	30	36%
3	Wiraswasta	25	30%
4	Pelajar/Mahasiswa	9	11%
5	Lainnya	9	11%
<b>Total</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah penulis

Berdasarkan data pada tabel 10 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah responden dalam penelitian ini yang bekerja sebagai PNS/TNI/POLRI sebanyak 10 orang (12%), jumlah responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 30 orang (36%), jumlah responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 25 orang (30%), jumlah responden yang bekerja sebagai pelajar sebanyak 9 orang (11%), dan jumlah responden yang bekerja sebagai Lainnya sebanyak 9 orang (11%).

**Analisis Deskriptif Jawaban Responden**

Jawaban responden terhadap indikator-indikator penelitian melalui pernyataan yang diberikan oleh penulis dalam kuesioner yang disebarkan untuk penelitian dapat diketahui tanggapan responden terhadap terhadap pengaruh higiene dan sanitasi kamar terhadap kepuasan konsumen di Aston Kupang Hotel and Convention Center. Untuk penentuan penilaian rata-rata dari tanggapan responden mengenai pernyataan-pernyataan kuesioner menggunakan skala likert dibawah ini.

**Tabel 5. Skala Interval Higiene, dan Sanitasi**

No.	Tingkat Hubungan	Kelas Interval
1.	Sangat Tidak Baik (STB)	1,00 – 1,79
2.	Tidak Baik (TB)	1,80 – 2,59
3.	Cukup Baik (CB)	2,60 – 3,39
4.	Baik (B)	3,40 – 4,19
5.	Sangat Baik (SB)	4,20 – 5,00

Sumber: Sudjana (2010: 79)

**Tabel 6. Rekapitulasi penilaian responden terhadap higiene di Aston Kupang Hotel and Convention Center**

No	Pernyataan	S	B	C	T	S	T	O	T	Rat
		B		B	B	T	B	T	A	a
<b>A. Kebersihan Kulit</b>										
	Kulit room attendant bersih dan sehat (tidak berpenyakit)	35	36	9	1	2			83	4,21

kit kulit)"										
<b>B. Kebersihan Tangan</b>										
Kuku tangan room attendant pendek dan rapih	38	38	4	3	0				83	4,79
<b>C. Kebersihan Rambut</b>										
Rambut room attendant pendek dan rapih (tidak berkumis, berjanggut, berjambang)	30	43	7	2	1				83	4,19
<b>D. Kebersihan Kaki</b>										
Room attendant menggunakan sepatu dan kaos kaki sehingga tidak berbau	2	13	65	2	1				83	3,15
<b>E. Kebersihan Mulut dan Gigi</b>										
Room attendant tidak berbau mulut / bernafas segar dan bergigi bersih	49	27	4	3	0				83	4,46
Jumlah										20.8
Rata-rata										4,16

Sumber: Data diolah penulis

Berdasarkan hasil dari total rekapitulasi penilaian responden di atas menunjukkan bahwa nilai rata-rata Higiene di Aston kupang hotel and convention center sebesar 4,16 artinya pengaruh higiene kamar baik.



**Tabel 7. Rekapitulasi penilaian responden terhadap sanitasi kamar di Aston kupang hotel and convention center**

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS	TOTAL	Rata-Rata
<b>A. Ruang/ Kamar</b>								
1	Kamar tidak pengap dan bersih karena dapat mengganggu kesehatan konsumen	70	63	33	33	11	83	4,69
2	Tidak berbau dan udara ruang segar karena dapat mengganggu kesehatan konsumen	47	30	22	44	00	83	4,44
3	Dinding, pintu, jendela dll yang tembus pandang/cahaya dilengka pi tirai karena dapat mengganggu kesehatan konsumen	31	42	66	33	11	83	4,19

4	Bebas dari serangga yang dapat menularkan penyakit karena dapat mengganggu kesehatan konsumen	63	106	40	83			4,59
5	Tersedia tempat sampah dari bahan kuat, cukup ringan, tahan karat, kedap air dan mempunyai permukaan halus bagian dalamnya karena dapat mengganggu kesehatan konsumen	37	39	33	22	22	83	4,28
<b>B. Kamar mandi/Wc</b>								
1	Permukaan kamar mandi (lantai dan dinding) bersih dan bebas dari zat kimia	30	41	10	11	11	83	4,18

	seperti lumut, jamur atau kuman karena dapat mengganggu kesehatan konsumen							
2	Toilet bersih dan bebas dari lumut, jamur atau kuman karena dapat mengganggu kesehatan konsumen	60	16	4	2	1	83	4,59
3	Lantai terbuat dari bahan yang kuat, kedap air, tidak licin, dan mudah dibersihkan karena dapat mengganggu kesehatan konsumen	42	35	3	1	2	83	4,37

4	Tersedia tempat sampah dari bahan kuat, cukup ringan, tahan karat, kedap air dan mempunyai permukaan halus bagian dalamnya karena dapat mengganggu kesehatan konsumen	27	41	12	2	1	83	4,09
Jumlah								39,42
Rata – rata								4,38

Sumber: Data diolah penulis

Berdasarkan hasil dari total rekapitulasi penilaian responden di atas menunjukkan bahwa nilai rata-rata Sanitasi kamar di Aston kupang hotel and convention center sebesar 4,38 artinya pengaruh Sanitasi kamar baik.

#### A. Uji validitas

Untuk uji validitas dikatakan *valid* apabila semua indikator dalam penelitian memiliki angka diatas 0,30 berdasarkan hal tersebut dapat dilihat pada hasil uji SPSS pada indikator-indikator *hygiene*, dan sanitasi kamar.

**Tabel.8 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Kritis	Keterangan
Hygiene Kamar	P1	.855*	0,30	VALID
	P2	.755*	0,30	VALID
	P3	.768*	0,30	VALID
	P4	.624*	0,30	VALID
	P5	.782*	0,30	VALID
Sanitasi Kamar	P1	.849*	0,30	VALID
	P2	.748*	0,30	VALID
	P3	.787*	0,30	VALID
	P4	.801*	0,30	VALID
	P5	.831*	0,30	VALID
	P6	.745*	0,30	VALID
	P7	.842*	0,30	VALID
	P8	.763*	0,30	VALID
	P9	.773*	0,30	VALID

Sumber: diolah melalui SPSS V.16

Berdasarkan tabel di atas maka semua pernyataan-pernyataan dalam kuesioner dalam penelitian ini dinyatakan *valid* karena r hitung lebih besar dari 0,30. Dikatakan *valid* karena r hitung  $\geq$  r kritis batas 0,30 (Sugiyono 2017: 204).

### B. Uji Reliabilitas

Dasar pengambilan keputusan untuk pengujian reliabilitas adalah:

1. Jika r hitung  $>$  0,60 maka dikatakan instrumen *reliable*.
2. Jika r hitung  $<$  0,60 maka dikatakan instrumen tidak *reliable*.

**Tabel 9. Hasil Uji Realibilitas**

### Uji Realibilitas Variabel Hygiene

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.817	5

### Uji Realibilitas Variabel Sanitasi

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	9

Sumber: diolah melalui SPSS V.16 (2019)

Dari hasil perhitungan SPSS maka nilai *Cronbach's Alpha hygiene* = 0,817, sanitasi = 0,926, Dengan demikian semua pernyataan dapat dikatakan *reliable* karena lebih besar dari 0,60.

- a. Persepsi konsumen terhadap hygiene di aston hotel kupang

Pada analisis lanjutan terhadap data hasil penelitian, dianalisis dengan rancangan deskriptif, untuk mendeskripsikan tentang nilai variabel berdasarkan indikator yang diteliti. Hasil analisisnya adalah sebagai berikut: Berdasarkan hasil total jawaban responden, menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel Higiene (X1) di Aston kupang hotel and convention center sebesar 4,16, artinya bahwa variabel Higiene (X1) berdasarkan 5 indikator (Kebersihan kulit, kebersihan tangan, kebersihan rambut, kebersihan kaki dan kebersihan mulut dan gigi) dinilai baik, karena berada pada skala interval 3,40 – 4,19. Nilai rata-rata masing-masing indikator adalah sebagai berikut: Kebersihan kulit, dengan 1 item pernyataan, memiliki nilai rata-rata sebesar 4,21 yang berada pada skala interval 4,20 – 5,00. Artinya konsumen menilai bahwa kebersihan kulit di Aston kupang hotel and convention center sangat baik. Kebersihan tangan, dengan 1 item pernyataan, memiliki nilai rata-rata sebesar 4,79 yang berada pada skala interval 4,20 – 5,00. Artinya konsumen menilai bahwa kebersihan tangan di Aston kupang hotel and convention center sangat baik. Kebersihan rambut, dengan 1 item pernyataan, memiliki nilai rata-rata sebesar 4,19 yang berada pada skala interval 3,40 – 4,19. Artinya konsumen menilai bahwa kebersihan rambut di Aston kupang hotel and convention center baik. Kebersihan kaki, dengan 1 item pernyataan, memiliki nilai rata-rata sebesar 3,15 yang berada pada skala interval 2,60 – 3,39. Artinya konsumen menilai bahwa kebersihan kaki di Aston kupang hotel and convention center kurang baik. Kebersihan mulut dan gigi, dengan 1 item pernyataan, memiliki nilai

**Friend Zakharria**

meningkatkan hygiene dan sanitasi kamar terutama hygiene bagian pernyataan kebersihan kaki yang bisa mengakibatkan kritikan negatif dari para konsumen dan tetap harus diperhatikan terkait masi adanya komentar negatif dari para konsumen.

rata-rata sebesar 4,46 yang berada pada skala interval 4,20 – 5,00. Artinya konsumen menilai bahwa kebersihan mulut dan gigi di Aston kupang hotel and convention center baik.

- b. Persepsi konsumen terhadap sanitasi kamar di aston hotel kupang

Berdasarkan hasil total jawaban responden, menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel Sanitasi (X2) di Aston kupang hotel and convention center sebesar 4,38, artinya bahwa variabel sanitasi (X2) berdasarkan 2 indikator pernyataan (ruang/kamar dan kamar mandi/wc) dinilai sangat baik, karena berada pada skala interval 4,20 – 5,00. Nilai rata-rata masing-masing indikator adalah sebagai berikut: Ruang/kamar, dengan 5 item pernyataan, memiliki nilai rata-rata sebesar 4,43 yang berada pada skala interval 4,20 – 5,00. Artinya ruang/kamar di Aston kupang hotel and convention center dinilai sangat baik. Kamar mandi/wc, dengan 4 item pernyataan, memiliki nilai rata-rata sebesar 4,30 yang berada pada skala interval 4,20 – 5,00. Artinya kamar mandi/wc di Aston kupang hotel and convention center dinilai sangat baik.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian yang telah dilakukan oleh penulis tentang pengaruh hygiene dan sanitasi kamar terhadap kepuasan konsumen di Aston kupang hotel and convention center, penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap hygiene sebesar 4,16 yang dapat dikatakan pada kategori baik
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap sanitasi kamar sebesar 4,38 yang dapat dikatakan pada kategori sangat baik

## Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran yang dapat disampaikan penulis yaitu: Untuk Higiene dan Sanitasi kamar di Aston kupang hotel convention center pada dasarnya dinilai baik akan tetapi pihak Aston kupang hotel and convention center harus terus

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sulastiyono. (2011), Manajemen Penyelenggaraan Hotel: Management Hotel, Bandung, ALFABETA
- Alamsyah. 2019. Penerapan Personal Hygiene Karyawan Housekeeping Department Hotel Tjokro Pekanbaru
- Aspari P.D Susanti, H (2011), Persepsi Konsumen: Yogyakarta, Prehallindo
- BW Majid (2017) Dalam Teori Gestalt Prinsip-prinsip Konsumen. Eprints.umm.ac.id
- Ekaningrum. Yuniawati. 2016. *Manajemen Hotel*. Surabaya, Penerbit NSC Press
- Ichwan Prastowo. 2015. *Pengaruh Hygiene Sanitasi Kamar, Makanan Dan Minuman, Lingkungan, Terhadap Kepuasan Tamu The Sunan Hotel Solo*.
- Kotler. (2013) Marketing for Hospitality and Tourism 3<sup>rd</sup> Edition. New Jersey: Prentice Hall
- Lisnawati Simanjuntak. 2013. *Sanitasi, Hygiene, Dan Keselamatan Kerja*
- Nitisusantoro. (2012) *Sistematika Persepsi* Jakarta: Prehallindo
- Rumekso (2010). *Manajemen Perhotelan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Slameto. (2010) *Pelayanan dalam Persepsi*. Jakarta: Prehallindo
- Susanti (2009) *Sistematika Persepsi* Jakarta: Prehallindo
- Sihite, Richard (2011). *Food Product, Dasar-Dasar Tata Boga*. Surabaya. Penerbit SIC
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung Penerbit Alfabeta.
- Sudjana (2000). *Statistika 5<sup>th</sup> Edition*. Bandung: Tarsito

