# BAB IV

# HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini peneliti akan menguraikan dan menganalisa data hasil penelitian yang dilakukan tentang "Daya Tarik Isi Motto *Serve With Heart* Oleh Humas Hotel Savoy Homann Bidakara Bandung Terhadap Sikap Karyawannya".

Data yang terkumpul diperoleh dari penyebaran angket kepada setiap karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung. Angket ini disebarkan kepada 68 orang karyawan sebagai sampel, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran secara lengkap dan jelas mengenai masalah yang diteliti oleh peneliti. Angket disebarkan pada hari Senin, tanggal 14 sampai dengan tanggal 18 Juni 2010.

Agar pembahasan ini lebih sistematis dan terarah, maka peneliti membaginya ke dalam empat sub bab, yaitu:

1. Analisis Deskriptif Identitas Responden
2. Uji Validitas dan Reliabilitas
3. Analisis Deskriptif Hasil Penelitian
4. Pembahasan Hasil Penelitian

## 4.1 Analisis Deskriptif Identitas Responden

Berikut ini akan digambarkan mengenai identitas responden yang merupakan karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung yang berjumlah 68 orang. Data responden tersebut dikelompokkan berdasarkan beberapa hal, diantaranya jenis kelamin, usia, lama bekerja, dan pendidikan terakhir.

### 4.1.1 Jenis Kelamin Responden

Berikut ini adalah tabel distribusi mengenai jenis kelamin responden yang merupakan karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

**Tabel 4.1**
**Jenis Kelamin Responden**
**n = 68**

| No | Kategori | F | % |
|---|---|---|---|
| 1 | Laki-Laki | 51 | 75 |
| 2 | Perempuan | 17 | 25 |
| **Total** | | **68** | **100** |

Sumber : Penelitian lap. (angket), Juni 2010

Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa dari 68 responden yang dijadikan sampel, jumlah responden yang terbanyak adalah berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 51 responden dengan persentase 75% sedangkan responden perempuan hanya berjumlah 17 responden dengan persentase sebesar 25%.

Hal ini berarti bahwa besarnya jumlah responden berjenis kelamin laki-laki dan perempuan hanya secara kebetulan, sebab dalam pemilihan

karyawan tidak dilihat dari jenis kelamin namun disesuaikan dengan kebutuhan untuk memenuhi penunjang aktivitas hotel.

### 4.1.2 Usia Responden

Berikut ini adalah tabel distribusi mengenai usia responden yang merupakan karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

**Tabel 4.2**
**Usia Responden**
**n = 68**

| No | Kategori | F | % |
|---|---|---|---|
| 1 | 17 – 23 tahun | 12 | 17,65 |
| 2 | 24- 29 tahun | 10 | 14,70 |
| 3 | 30 - 34 tahun | 20 | 29,41 |
| 4 | 35 - 39 tahun | 16 | 23,53 |
| 5 | > 40 tahun | 10 | 14,71 |
| **Total** | | **68** | **100** |

Sumber : Penelitian lap. (angket), Juni 2010

Dari tabel 4.2 diatas, kita dapat mengetahui bahwa dari 68 responden yang di jadikan sampel, jumlah responden terbesar berusia antara 30-34 tahun yaitu berjumlah 20 orang dengan persentase sebesar 29,41%. Sementara responden dengan jumlah terkecil adalah responden yang berusia antara > 40 tahun dengan persentase 14,71 %. Dengan demikian kita dapat mengetahui bahwa sebagian besar karyawan hotel Savoy Homann Bidakara rata-rata berumur 30-34 tahun.

### 4.1.3 Lama Bekerja Responden

Berikut ini adalah tabel distribusi mengenai lama bekerja responden yang merupakan karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

**Tabel 4.3**
**Lama Bekerja Responden**
**n = 68**

| No. | Kategori | F | % |
|---|---|---|---|
| 1 | < 1 tahun | 3 | 4,41 |
| 2 | 1 - 5 tahun | 20 | 29,41 |
| 3 | 6 - 10 tahun | 45 | 66,18 |
| 4 | 11 - 15 tahun | 0 | 0 |
| 5 | > 15 tahun | 0 | 0 |
| **Total** | | **68** | **100** |

Sumber : Penelitian lap. (angket), Juni 2010

Dari tabel 4.3 diatas, kita dapat mengetahui bahwa dari 68 responden yang di jadikan sampel, jumlah responden terbesar yang lama bekerja antara 6-10 tahun yaitu berjumlah 45 orang dengan persentase sebesar 66,18%. Sementara tidak ada satu pun responden yang lama yang bekerja di atas 11 tahun.

### 4.1.4 Pendidikan Terakhir Responden

Berikut ini adalah tabel distribusi mengenai pendidikan terakhir responden yang merupakan karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

**Tabel 4.4**
**Pendidikan Terakhir Responden**
**n = 68**

| No | Kategori | F | (%) |
|---|---|---|---|
| 1 | SMP/Sederajat | 3 | 4,41 |
| 2 | SMA/Sederajat | 23 | 33,82 |
| 3 | Diploma(D1,D2,D3) | 31 | 45,59 |
| 4 | Sarjana (S1) | 10 | 14,71 |
| 5 | Pasca Sarjana (S2/S3) | 1 | 1,47 |
| **Total** | | **68** | **100** |

Sumber : Penelitian lap. (angket), Juni 2010

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, menunjukan bahwa responden sebagian besar berpendidikan terakhir Diploma (D1,D2,D3) yaitu sebesar 31 orang dengan persentase 45,59%. Sedangkan yang berpendidikan terakhir Pasca Sarjana hanya sebesar 1 orang dengan jumlah persentase 1,47%.

Latar belakang pendidikan kerap mempengaruhi sikap, karena "Sikap yang terbentuk bukan hanya sekedar rekaman masa lalu, tetapi juga menentukan pro atau kontra terhadap sesuatu menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan; mengesampingkan apa yang tidak diinginkan, apa yang harus dihindarkan". (Sherrif & Sherif. *An Outline of Social Psychology*. 1956. dikutip Rahkmat, 2000 : 40).

## 4.2 Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum menggunakan kusioner sebagai alat ukur penelitian terlebih dahulu dilakukan uji coba untuk melihat apakah kusioner yang akan digunakan telah dapat mengukur variabel yang diteliti. Pengujian validitas dilakukan dengan metode *construct* validitas yaitu menentukan apakah suatu alat ukur benar-benar mengukur apa yang ingin di ukur. Pengujian dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor setiap item pertanyaan dengan skor total variabel.

Sesuai skala pengukuran dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan reliabilitas digunakan untuk menunjukan adanya konsitensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu, dengan demikian reliabilitas berfokus pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya.

Untuk menentukan validitas dan reliabilitas daftar pernyataan dalam angket penelitian. Peneliti menggunakan perhitungan program SPSS 16, dengan ketentuan perhitungan sebagai berikut:

### 4.2.1 Uji Validitas

Menentukan besarnya nilai r tabel

Dengan ketentuan

Df = jumlah kasus – 2

= 22-2

= 20

Sehingga besarnya r tabel , dengan df = 22 dan tingkat signifikan sebesar 0,05 adalah 0,4227 (lihat lampiran tabel r). (Rakhmat, 2000 : 177)

Selanjutnya, butir pernyataan di sebut valid apabila nilai r hitung > nilai r tabel untuk mencari nilai r hitung angket, peneliti menggunakan SPSS 16 yaitu hasilnya dapat secara langsung dilihat pada kolom *output Correlated Item Total Correlation*, dibawah ini:

**Tabel 4.5**

**Tabel Nilai Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Angket**

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|
| pert5 | 72.35 | 40.560 | .462 | .949 |
| pert6 | 72.12 | 41.001 | .498 | .947 |
| pert7 | 72.29 | 39.673 | .691 | .944 |
| pert8 | 72.31 | 38.724 | .720 | .944 |
| pert9 | 75.63 | 45.878 | -.366 | .957 |
| pert10 | 72.31 | 39.709 | .686 | .944 |
| pert11 | 72.26 | 39.302 | .751 | .943 |
| pert12 | 72.35 | 38.262 | .759 | .943 |
| pert13 | 72.26 | 38.765 | .842 | .941 |
| pert14 | 72.56 | 40.429 | .604 | .945 |
| pert15 | 72.53 | 40.671 | .633 | .945 |
| pert16 | 72.49 | 39.298 | .624 | .946 |
| pert17 | 72.26 | 38.466 | .893 | .940 |
| pert18 | 72.26 | 38.466 | .893 | .940 |
| pert19 | 72.29 | 38.300 | .924 | .940 |
| pert20 | 72.18 | 39.073 | .804 | .942 |
| pert21 | 72.26 | 38.466 | .893 | .940 |
| pert22 | 72.26 | 38.466 | .893 | .940 |

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 16

Dari data diatas, terdapat satu buah pernyataan (yaitu pernyataan rasa tidak senang) yang bernilai negatif atau di bawah nilai r tabel, dengan demikian satu pernyataan tersebut tidak valid.

Setelah dilakukan proses perhitungan ulang, dengan menghilangkan atau mengeluarkan pernyataan yang tidak valid tersebut, maka peneliti memperoleh hasil sebagai berikut.

**Tabel 4.6**

**Tabel Nilai Akhir Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Angket**

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|
| pert5 | 71.22 | 42.085 | .460 | .960 |
| pert6 | 70.99 | 42.552 | .493 | .958 |
| pert7 | 71.16 | 41.182 | .688 | .955 |
| pert8 | 71.18 | 40.147 | .728 | .955 |
| pert10 | 71.18 | 41.282 | .674 | .955 |
| pert11 | 71.13 | 40.863 | .739 | .954 |
| pert12 | 71.22 | 39.607 | .776 | .954 |
| pert13 | 71.13 | 40.206 | .848 | .952 |
| pert14 | 71.43 | 41.890 | .612 | .956 |
| pert15 | 71.40 | 42.183 | .633 | .956 |
| pert16 | 71.35 | 40.739 | .630 | .956 |
| pert17 | 71.13 | 39.908 | .898 | .952 |
| pert18 | 71.13 | 39.908 | .898 | .952 |
| pert19 | 71.16 | 39.750 | .927 | .951 |
| pert20 | 71.04 | 40.610 | .795 | .953 |
| pert21 | 71.13 | 39.908 | .898 | .952 |
| pert22 | 71.13 | 39.908 | .898 | .952 |

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 16

Dari hasil perhitungan diatas terlihat bahwa semua nilai *output correlated item-total correlation* sudah berada di atas nilai r tabel (0,4227). Dengan demikian semua butir pernyataan dalam angket penelitian, sudah dapat dikatakan **valid.**

### 4.2.2 Uji Reliabilitas

**Tabel 4.7**
**Tabel Nilai Akhir Hasil Uji Reliabilitas Angket**
**Reliabiliti Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .957 | 17 |

(Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 16)

Nilai reliabilitas dapat dilihat dengan menggunakan kriteria, sebagai berikut :

- Jika Alpha positif dan > 0,9 maka butir pernyataan tersebut reliabel, atau
- Jika r Alpha positif dan > r tabel, maka butir pertanyaan tersebut juga reliabel,
- Jika r Alpha positif dan < r tabel, maka butir pertanyaan tersebut tidak reliabel.

Berdasarkan kriteria diatas, maka pada data terlihat bahwa semua Alpha positif dan > dari 0,9 dengan demikian semua butir pertanyaan pada angket penelitian sudah **reliabel.**

## 4.3 Analisis Deskriptif Hasil Penelitian

Dari hasil angket yang peneliti berikan kepada responden yang peneliti jadikan sampel, maka terkumpul deskripsi sebagai berikut :

### 4.3.1 Analisis Daya Tarik Rasional Terhadap Sikap Karyawan Hotel Savoy Homann Bidakara Bandung Melalui Isi *Motto Serve With Heart.*

Dilihat dari data yang diperoleh peneliti melalui angket penelitian yang telah disebarkan, maka pada bagian ini peneliti akan mengemukakan hasil penelitian lapangan sebagai upaya untuk menjawab identifikasi penelitian yang pertama yaitu mengenai daya tarik rasional terhadap sikap karyawan. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 4.8 s/d tabel 4.10 sebagai berikut.

**Tabel 4.8**
**Pendapat responden mengenai manfaat isi motto**
**n = 68**

| No | Kategori Jawaban | F | % |
|---|---|---|---|
| 1 | Sangat Setuju | 31 | 45,49 |
| 2 | Setuju | 34 | 50 |
| 3 | Cukup Setuju | 3 | 4,41 |
| 4 | Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Jumlah** | | **68** | **100** |

Sumber : Penelitian lap. (angket), Juni 2010

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa sebanyak 31 orang responden dengan persentase sebesar 45,49% menjawab sangat setuju sedangkan responden yang menjawab hanya setuju lebih besar jumlahnya yaitu sebanyak 34 orang dengan persentase 50%, dan hanya 3 orang responden yang menjawab cukup setuju mengenai manfaat dari isi motto *serve with heart*, serta tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju sehingga dari hasil penelitian terlihat jelas bahwa isi pesan yang terkandung dalam motto *serve with heart* yang disampaikan oleh humas telah memberikan suatu manfaat bagi setiap karyawan dalam melakukan pekerjaannya serta bermanfaat juga dalam melakukan aktivitas sehari-hari.

**Tabel 4.9**
**Pendapat responden mengenai kegunaan isi motto**
**n = 68**

| No | Kategori Jawaban | F | % |
|---|---|---|---|
| 1 | Sangat Setuju | 44 | 65 |
| 2 | Setuju | 34 | 35 |
| 3 | Cukup Setuju | 0 | 0,0 |
| 4 | Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Jumlah** | | **68** | **100** |

Sumber : Penelitian lap. (angket), Juni 2010

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa sebanyak 44 orang responden dengan persentasi 65% menjawab sangat setuju jauh lebih besar

jumlahnya dari pada 34 orang responden dengan persentase sebesar 35% yang hanya menjawab setuju saja mengenai kegunaan dari isi motto *serve with heart* serta tidak ada responden yang menjawab cukup setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Berdasarkan hasil yang di peroleh peneliti menemukan fakta mengenai kegunaan isi motto *serve with heart* yang telah ditetapkan oleh hotel sangat berpengaruh pada sikap karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya serta sangat berguna dalam menarik minat setiap tamu yang akan menginap di hotel.

**Tabel 4.10**
**Pendapat responden mengenai pentingnya isi motto**
**n = 68**

| No | Kategori Jawaban | F | % |
|---|---|---|---|
| 1 | Sangat Setuju | 32 | 47 |
| 2 | Setuju | 36 | 53 |
| 3 | Cukup Setuju | 0 | 0,0 |
| 4 | Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Jumlah** | | **68** | **100** |

Sumber : Penelitian lap. (angket), Juni 2010

Berdasarkan tabel 4.10 diatas dapat dikemukakan bahwa sebanyak 32 orang responden dengan persentasi sebesar 47% rmenjawab sangat setuju, responden yang menjawab setuju sebanyak 36 orang dengan persentase 53% sehingga jumlah responden yang menjawab hanya setuju lebih besar

jumlahnya daripada responden yang menjawab dengan sangat setuju mengenai kegunaan dari isi motto *serve with heart*, dan tidak ada responden yang menjawab cukup setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti berpendapat bahwa isi pesan dalam motto *serve with heart* yang disampaikan oleh Humas hotel Savoy Homann Bidakara bersifat penting bagi setiap karyawan dan pembentukan citra hotel yang dapat memberikan rasa kepuasan serta kenyamanan bagi setiap pelanggannya, dikarenakan isi pesan yang terkandung dalam motto tersebut dapat menambah pengetahuan dalam bagaimana cara melayani tamu dengan baik.

#### 4.3.1.1 Analisis Korelasi Antara Daya Tarik Rasional Melalui Isi Motto *Serve With Heart* Terhadap Sikap Karyawan Hotel Savoy Homann Bidakara

Perhitungan korelasi antara daya tarik rasional dengan sikap karyawan dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16, sehingga dari hasil perhitungan tersebut di peroleh hasil sebagai berikut.

**Tabel 4.11**
**Korelasi antara daya tarik rasional terhadap sikap karyawan**

***Correlations***

| | | | daya tarik rasional | sikap |
|---|---|---|---|---|
| Spearman's rho | daya tarik rasional | Correlation Coefficient | 1.000 | .344** |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .004 |
| | | N | 68 | 68 |
| | sikap | Correlation Coefficient | .344** | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | .004 | . |
| | | N | 68 | 68 |

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

Untuk melihat sejaumana keeratan hubungan antara indikator dengan variabel maka digunakan korelasi Rank Spearman's dan Guilford seperti yang dikutip oleh Jalaludin Rakhmat dalam bukunya Metode Penelitian Komunikasi, yang kriterianya sebagai berikut:

- Kurang dari 0,20 : Hubungan rendah sekali, lemah sekali.
- 0,20 - 0,40 : Hubungan rendah tetapi pasti.
- 0,40 - 0,70 : Hubungan yang cukup berarti.
- 0,70 - 0,90 : Hubungan yang tinggi, kuat.
- Lebih dari 0,90 : Hubungan sangat tinggi, kuat sekali

Hasil analisis menunjukan bahwa besarnya korelasi antara indikator daya tarik rasional dengan variabel sikap karyawan adalah 0,344. Artinya hubungan indikator dengan variabel yaitu antara daya tarik rasional terhadap sikap karyawan melalui isi motto *serve with heart* adalah hubungan yang rendah tetapi pasti. Dimana hubungan indikator dan variabel bersifat signifikan, karena angka

probabilitas (sig) sebesar 0,004 yang dimana angka tersebut lebih kecil dari 0,01. (0,004 <0,01).

Besarnya pengaruh daya tarik rasional terhadap sikap karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut :

KD = $r^2$ x 100%

= $0{,}344^2$ x 100%

= 0,118x 100 %

**= 11,8%**

Jadi besarnya pengaruh daya tarik rasional terhadap sikap karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung adalah sebesar **11,8%** dan sisanya yaitu **88,2 %** dipengaruhi oleh faktor hal lain.

Untuk menjawab Hipotesis yang terdapat pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

H1 : Ada pengaruh antara **daya tarik rasional** terhadap **sikap** karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

Ho : Tidak ada pengaruh antara **daya tarik rasional** terhadap **sikap** karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung

Maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji t. Adapun kriteria pengujian hipotesis adalah :

- t hitung > t tabel = Ho ditolak dan diterima H1
- t hitung < t tabel = Ho diterima dan ditolak H1

Rumus : t hitung $= \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$

$= \frac{0{,}344\sqrt{(68-2)}}{\sqrt{(1-0{,}344^2)}}$

$= \frac{0{,}344\sqrt{66}}{\sqrt{(1-0{,}176)}}$

$= \frac{0{,}420x8{,}124}{0{,}822}$

= 3,167

Dimana r = Besarnya Korelasi

n = Jumlah Sampel

mencari t tabel :

dk = derajat kebebasan

dk = n – 2 (dimana n = jumlah sampel)

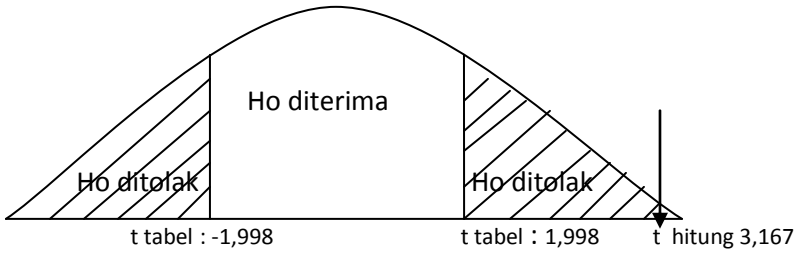
dk = 68 – 2

dk = 66

Untuk menghitung $t_{tabel}$ maka digunakan rumus dk = n-2 (dimana n adalah jumlah sampel). Jadi diperoleh $t_{tabel}$ dengan dk = 66 dengan alpha ($\alpha$ )

0,05, maka diperoleh $t_{tabel}$ sebesar 1,998 (lihat lampiran tabel distribusi t), atau peneliti menggunakan rumus = TINV (@,dk) pada *Sowftware Microsoft Excel*, maka diperoleh kurva uji t, sebagai berikut:

**Gambar 4.1.**
**Kurva Uji t**




Dari gambar 4.1 di atas, terlihat bahwa t hitung jatuh di daerah **Ho ditolak**, yang berarti **H1 diterima** atau dengan arti lain dk = 66 dan alpha (α) 0,05 maka diperoleh t tabel sebesar **1,998** dan t hitung sebesar **3,167** artinya **1,998 Ho ditolak dan H1 diterima (3,167 > 1,998)** sehingga daya tarik rasional mempengaruhi sikap karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung yang melalui motto *serve with heart*.

### 4.3.2 Analisis Daya Tarik Emosional Terhadap Sikap Karyawan Hotel Savoy Homann Bidakara Bandung Melalui Isi *Motto Serve With Heart.*

Dilihat dari data yang diperoleh oleh peneliti melalui angket penelitian yang telah disebarkan, maka pada bagian ini peneliti akan mengemukakan hasil penelitian lapangan sebagi upaya untuk menjawab identifikasi penelitian yang

kedua yaitu mengenai daya tarik emosional terhadap sikap karyawan. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 4.12 s/d tabel 4.14 berikut.

**Tabel 4.12**
**Perasaan senang karyawan terhadap isi motto**
**n = 68**

| No | Kategori Jawaban | F | % |
|---|---|---|---|
| 1 | Sangat Setuju | 34 | 50 |
| 2 | Setuju | 31 | 45,49 |
| 3 | Cukup Setuju | 3 | 4,41 |
| 4 | Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Jumlah** | | **68** | **100** |

Sumber : Penelitian lap. (angket), Juni 2010

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat dilihat bahwa 34 orang responden dengan persentase sebesar 50% menjawab sangat setuju lebih besar jumlahnya dari pada responden yang hanya menjawab setuju sebanyak 31 orang dengan persentase sebesar 45,49% dan sisanya merupakan responden yang menjawab cukup setuju sebanyak 3 orang saja dengan persentase 4,41% mengenai perasaan senang terhadap isi motto *serve with heart*, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap karyawan merasa sangat senang dengan adanya isi dari motto *serve with heart* yang telah ditetapkan oleh pimpinan hotel yang bertujuan untuk dapat

mengubah sikap dalam diri karyawan baik di dalam hotel (melayani tamu) maupun di diluar hotel Savoy Homann Bidakara.

**Tabel 4.13**
**Memotivasi karyawan dari isi motto**
**n = 68**

| No | Kategori Jawaban | F | % |
|---|---|---|---|
| 1 | Sangat Setuju | 31 | 46 |
| 2 | Setuju | 37 | 54 |
| 3 | Cukup Setuju | 0 | 0,0 |
| 4 | Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Jumlah** | | **68** | **100** |

Sumber : Penelitian lap. (angket), Juni 2010

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat dilihat 31 orang dengan persentase 46% responden menjawab sangat setuju, responden yang menjawab setuju 37 orang dengan persentase 54% tentang isi motto *serve with heart* yang dapat memotivasi karyawan serta tidak ada responden yang menjawab cukup setuju, tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Berdasarkan hasil yang di peroleh dari penelitian dapat dijelaskan bahwa dengan adanya isi motto *serve with heart* yang telah ditetapkan oleh hotel merupakan salah satu cara yang dapat memotivasi karyawan saat menjalankan pekerjaannya karena motto merupakan motivasi yang menggambarkan semangat perusahaan maupun karyawan dalam menjalankan tugasnya baik di hotel maupun di luar hotel.

**Tabel 4.14**
**Karyawan termotivasi dari isi motto**
**n = 68**

| No | Kategori Jawaban | F | % |
|---|---|---|---|
| 1 | Sangat Setuju | 34 | 50 |
| 2 | Setuju | 34 | 50 |
| 3 | Cukup Setuju | 0 | 0,0 |
| 4 | Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Jumlah** | | **68** | **100** |

Sumber : Penelitian lap. (angket), Juni 2010

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menjawab sangat setuju, sama besarnya dengan responden yang menjawab setuju saja yaitu sebanyak 34 orang dengan persentase sebesar 50% tentang isi motto *serve with heart* yang dapat memotivasi setiap karyawan serta tidak ada responden yang menjawab cukup setuju, tidak setuju maupun sangat tidak setuju sehingga setiap karyawan merasa lebih termotivasi dan lebih bersemangat dengan adanya isi pesan dari motto *serve with heart* dalam melaksanakan seluruh pekerjaannya khususnya melayani tamu hotel yang datang berkunjung maupun yang akan menginap dengan di tetapkannya motto *serve with heart*.

### 4.3.2.1 Analisis Korelasi Antara Daya Tarik Emosional Terhadap Sikap Karyawan Hotel Savoy Homann Bidakara Bandung

Perhitungan korelasi antara daya tarik emosional dengan sikap karyawan dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16, sehingga dari hasil perhitungan tersebut di peroleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.15**
**Korelasi antara daya tarik emosional terhadap sikap karyawan**

***Correlations***

| | | | daya tarik emosional | sikap |
|---|---|---|---|---|
| Spearman's rho | daya tarik emosional | Correlation Coefficient | 1.000 | .626** |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .000 |
| | | N | 68 | 68 |
| | sikap | Correlation Coefficient | .626** | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | .000 | . |
| | | N | 68 | 68 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil kriteria yang telah disebutkan sebelumnya, maka analisis di atas menunjukan bahwa besarnya korelasi antara indikator daya tarik emosional dengan variabel sikap adalah sebesar 0,626. Artinya hubungan antara indikator dan variabel yaitu antara daya tarik emosional terhadap sikap karyawan melalui isi motto *serve with heart* adalah hubungan yang cukup berarti. Dimana hubungan indikator dengan variabel bersifat signifikan, karena angka probabilitas (sig) sebesar 0,000 yang dimana angka tersebut lebih kecil dari 0,01. (0,000 <0,01).

Besarnya pengaruh daya tarik emosional terhadap sikap karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$= 0{,}626^2 \times 100\%$$

$$= 0{,}391 \times 100\ \%$$

$$= 39{,}1\%$$

Jadi besarnya pengaruh daya tarik emosional terhadap sikap karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung adalah sebesar **39,1%** dan sisanya yaitu **60,9 %** dipengaruhi oleh faktor lain.

Untuk menjawab Hipotesis yang terdapat pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

H1 : Ada pengaruh antara **daya tarik emosional** terhadap **sikap** karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

Ho : Tidak ada pengaruh antara **daya tarik emosional** terhadap **sikap** karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

Maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji t, Adapun kriteria pengujian hipotesis adalah :

- t hitung > t tabel = Ho ditolak dan diterima H1
- t hitung < t tabel = Ho diterima dan ditolak H1

Rumus : t hitung $= \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$

$= \frac{0,626\sqrt{(68-2)}}{\sqrt{(1-0,626^2)}}$

$= \frac{0,626\sqrt{66}}{\sqrt{(1-0,391)}}$

$= \frac{0,626x8,124}{0,609}$

= 8,350

Dimana r = Besarnya Korelasi

n = Jumlah Sampel

mencari t tabel :

dk = derajat kebebasan

dk = n – 2 (dimana n = jumlah sampel)

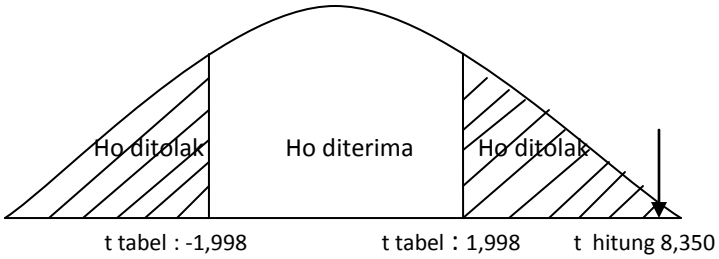
dk = 68 – 2

dk = 66

Untuk menghitung $t_{tabel}$ maka digunakan rumus dk= n-2 (dimana n adalah jumlah sampel). Jadi diperoleh t tabel dengan dk = 66 dengan alpha ($\alpha$ ) 0,05, maka diperoleh $t_{tabel}$ sebesar 1,998 (lihat lampiran tabel distribusi t), atau peneliti

menggunakan rumus = TINV (@,dk) pada *Sowftware Microsoft Excel*, maka diperoleh kurva uji t, sebagai berikut:

**Gambar 4.2**
**Kurva Uji t**




Dari gambar 4.2. di atas, terlihat bahwa t hitung jatuh di daerah **Ho ditolak**, yang berarti **H1 diterima** atau dengan arti lain dk = 66 dan alpha (α) 0,05 maka diperoleh t tabel sebesar **1,998** dan t hitung sebesar **8,350** artinya **1,998 Ho ditolak dan H1 diterima (8,350 > 1,998)** sehingga ada pengaruh antara daya tarik emosional dengan sikap karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung yang melalui motto *serve with heart.*

### 4.3.3 Analisis Daya Tarik Moral Terhadap Sikap Karyawan Hotel Savoy Homann Bidakara Bandung Melalui Isi Motto *Serve With Heart.*

Di lihat dari data yang di peroleh oleh peneliti melalui angket penelitian yang telah disebarkan, maka pada bagian ini peneliti akan mengemukakan hasil penelitian lapangan sebagai upaya untuk menjawab identifikasi penelitian yang ketiga yaitu mengenai daya tarik moral terhadap sikap karyawan. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 4.16 s/d tabel 4.17 berikut.

**Tabel 4.16**
**Kebenaran isi motto**
**n = 68**

| No | Kategori Jawaban | F | % |
|---|---|---|---|
| 1 | Sangat Setuju | 32 | 47 |
| 2 | Setuju | 32 | 47 |
| 3 | Cukup Setuju | 4 | 6 |
| 4 | Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Jumlah** | | **68** | **100** |

Sumber : Penelitian lap. (angket), Juni 2010

Berdasarkan tabel 4.16 diatas dapat di kemukakan bahwa responden yang menjawab sangat setuju sama jumlahnya dengan responden yang menjawab setuju yaitu sebanyak 32 orang dengan persentase sebesar 47% sedangkan sisanya sebanyak 4 orang responden menjawab cukup setuju tentang isi motto *serve with heart* mengenai kebenaran isi motto *serve with heart*, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju maupun sangat tidak setuju atau dengan persentasi sebesar 0%. Berdasarkan hasil penelitian di atas jelas terlihat bahwa karyawan hotel menerapkan prinsip dari isi motto *serve with heart* sebagai dasar serta bekal bagi seluruh karyawan dalam melaksanakan suatu pekerjaan.

**Tabel 4.17**
**Mendukung isi motto**
**n = 68**

| No | Kategori Jawaban | F | % |
|---|---|---|---|
| 1 | Sangat Setuju | 34 | 50 |
| 2 | Setuju | 34 | 50 |
| 3 | Cukup Setuju | 0 | 0,0 |
| 4 | Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Jumlah** | | **68** | **100** |

Sumber : Penelitian lap. (angket), Juni 2010

Berdasarkan tabel 4.17 diatas dapat terlihat bahwa responden yang menjawab sangat setuju sama jumlahnya dengan responden yang menjawab setuju yaitu sebanyak 34 orang dengan persentase sebesar 50% tentang isi motto *serve with heart* dalam mendukung isi motto *serve with heart*, dan tidak ada responden yang menjawab cukup setuju, tidak setuju maupun sangat tidak setuju atau dengan persentase 0%. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dikemukakan bahwa setiap karyawan yang bekerja di hotel telah mendukung penerapan isi dari motto *serve with heart* dengan setulus hati tanpa adanya suatu paksaan atau tuntutan demi pembentukan citra hotel dan kemajuan hotel serta untuk mengubah sikap setiap karyawan dalam menyambut tamu yang akan menginap di hotel.

### 4.3.3.1 Analisis Korelasi Antara Daya Tarik Moral Terhadap Sikap Karyawan Hotel Savoy Homann Bidakara Bandung

Perhitungan korelasi antara daya tarik moral dengan sikap karyawan dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16, sehingga dari hasil perhitungan tersebut di peroleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.18**
**Korelasi antara daya tarik moral terhadap sikap karyawan**

**Correlation**

| | | | daya tarik moral | sikap |
|---|---|---|---|---|
| Spearman's rho | daya tarik moral | Correlation Coefficient | 1.000 | .607** |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .000 |
| | | N | 68 | 68 |
| | sikap | Correlation Coefficient | .607** | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | .000 | . |
| | | N | 68 | 68 |

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

Berdasarkan hasil kriteria yang telah disebutkan sebelumnya, maka analisis di atas menunjukan bahwa besarnya korelasi antara indikator daya tarik moral dengan variabel sikap adalah sebesar 0,607. Artinya hubungan antara indikator dan variabel yaitu antara daya tarik moral terhadap sikap karyawan melalui isi motto *serve with heart* adalah hubungan yang cukup berarti. Dimana hubungan indikator dan variabel bersifat signifikan, karena angka probabilitas

(sig) sebesar 0,000 yang dimana angka tersebut lebih kecil dari 0,01. (0,000 < 0,01).

Besarnya pengaruh daya tarik moral terhadap sikap karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut :

KD = $r^2$ x 100%

= $0{,}607^2$ x 100%

= 0,368 x 100 %

**= 36,8%**

Jadi besarnya pengaruh daya tarik moral terhadap sikap karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung adalah sebesar **36,8%** dan sisanya yaitu **63,2 %** dipengaruhi oleh faktor lain.

Untuk menjawab Hipotesis yang terdapat pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

H1 : Ada pengaruh antara **daya tarik moral** terhadap **sikap** karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

Ho : Tidak ada pengaruh antara **daya tarik moral** terhadap **sikap** karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

Maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji t. Adapun kriteria pengujian hipotesis adalah :

- t hitung > t tabel = Ho ditolak dan diterima H1
- t hitung < t tabel = Ho diterima dan ditolak H1

Rumus : t hitung $= \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$

$= \frac{0{,}607\sqrt{(68-2)}}{\sqrt{(1-0{,}607^2)}}$

$= \frac{0{,}626\sqrt{66}}{\sqrt{(1-0{,}368)}}$

$= \frac{0{,}607x8{,}124}{0{,}632}$

= 7,802

Dimana r = Besarnya Korelasi

n = Jumlah Sampel

mencari t tabel :

dk = derajat kebebasan

dk = n – 2 (dimana n = jumlah sampel)

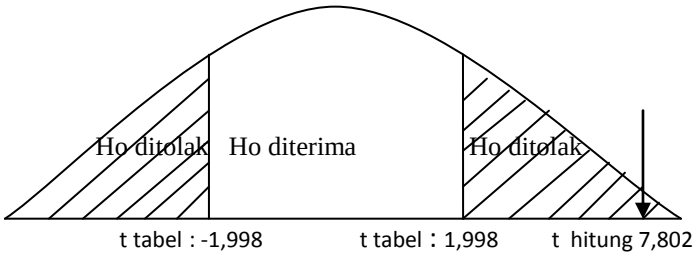
dk = 68 – 2

dk = 66

Untuk menghitung $t_{tabel}$ maka digunakan rumus dk= n-2 (dimana n adalah jumlah sampel). Jadi diperoleh t tabel dengan dk = 66 dengan alpha ($\alpha$ ) 0,05,

maka diperoleh $t_{tabel}$ sebesar 1,998 (lihat lampiran tabel distribusi t), atau peneliti menggunakan rumus = TINV (@,dk) pada *Sowftware Microsoft Excel*, maka diperoleh kurva uji t, sebagai berikut

**Gambar 4.3**
**Kurva Uji t**




Dari gambar 4.3. di atas, terlihat bahwa t hitung jatuh di daerah **Ho ditolak**, yang berarti **H1 diterima** atau dengan arti lain dk = 66 dan alpha (α) 0,05 maka diperoleh t tabel sebesar **1,998** dan t hitung sebesar **7,802** artinya **1,998 Ho ditolak dan H1 diterima (7,802 > 1,998)** sehingga daya tarik moral mempengaruhi sikap karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung yang melalui motto *serve with heart*.

### 4.3.4 Analisis Daya Tarik Isi Motto *Serve With Heart* Terhadap Perhatian Karyawan Hotel Savoy Homann Bidakara Bandung

Dilihat dari data yang di peroleh oleh peneliti melalui angket penelitian yang telah disebarkan, maka pada bagian ini peneliti akan mengemukakan hasil penelitian lapangan sebagai upaya untuk menjawab identifikasi penelitian yang keempat yaitu mengenai daya tarik isi motto *serve with heart* terhadap perhatian

karyawan. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 4.19 s/d tabel 4.21 berikut.

**Tabel 4.19**
**Mendengarkan terhadap isi motto**
**n = 68**

| No | Kategori Jawaban | F | % |
|---|---|---|---|
| 1 | Sangat Setuju | 16 | 24 |
| 2 | Setuju | 50 | 74 |
| 3 | Cukup Setuju | 2 | 3 |
| 4 | Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Jumlah** | | **68** | **100** |

Sumber : Penelitian lap. (angket), Juni 2010

Berdasarkan tabel 4.19 diatas dapat di lihat bahwa responden yang hanya menjawab setuju saja jauh lebih besar jumlahnya yaitu sebanyak 50 orang dengan persentasi sebesar 74% daripada responden yang menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 16 orang dengan persentase sebesar 24% serta hanya 2 orang responden yang menjawab cukup setuju tentang mendengarkan isi dari motto *serve with heart*, sedangkan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju atau dengan persentase 0%. Berdasarkan hasil penelitian yang di peroleh terlihat jelas bahwa setiap karyawan telah mendengarkan isi motto dengan baik yang disampaikan oleh humas, baik dari acara seminar, kursus, latihan maupun dari waktu santai. Sehingga dari hal mendengarkan isi motto tersebut

karyawan dapat menerapkan isi motto tersebut dengan baik sesuai dengan isi dari motto tersebut.

**Tabel 4.20**
**Mengetahui isi motto**
**n = 68**

| No | Kategori Jawaban | F | % |
|---|---|---|---|
| 1 | Sangat Setuju | 16 | 24 |
| 2 | Setuju | 52 | 76 |
| 3 | Cukup Setuju | 0 | 0,0 |
| 4 | Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Jumlah** | | **68** | **100** |

Sumber : Penelitian lap. (angket), Juni 2010

Berdasarkan tabel 4.20 diatas dapat dikemukakan bahwa responden yang hanya menjawab setuju jauh lebih besar jumlahnya yaitu sebesar 52 orang dengan persentase sebesar 76% daripada responden yang menjawab dengan sangat setuju sebanyak 16 orang dengan persentase sebesar 24% tentang sejaumana karyawan dalam mengetahui isi motto *serve with heart* dan tidak ada responden yang menjawab cukup setuju, tidak setuju maupun sangat tidak setuju dengan persentase 0% sehingga dari tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa setiap karyawan hotel telah mengetahui secara keseluruhan isi dari motto *serve with heart* yang telah ditetapkan oleh pimpinan hotel sehingga setiap karyawan mampu

menerapkan isi dari motto tersebut dalam menyelesaikan pekerjaannya baik di hotel maupun dalam aktivitasnya sehari-hari.

**Tabel 4.21**
**Membaca isi motto**
**n = 68**

| No | Kategori Jawaban | F | % |
|---|---|---|---|
| 1 | Sangat Setuju | 24 | 35,30 |
| 2 | Setuju | 39 | 57,35 |
| 3 | Cukup Setuju | 5 | 7,35 |
| 4 | Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Jumlah** | | **68** | **100** |

Sumber : Penelitian lap. (angket), Juni 2010

Berdasarkan tabel 4.21 diatas dapat dilihat bahwa 24 orang dengan persentase 35,30% responden menjawab sangat setuju, responden yang menjawab setuju sebanyak 39 orang dengan persentase 57,35%, dan 5 orang responden yang menjawab cukup setuju tentang karyawan membaca dari isi motto *serve with heart*, namun tidak ada responden yang menjawab cukup setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Dari hasil penelitian lapangan berdasarkan angket yang telah dibagikan kepada setiap karyawan hotel sebelum melakukan pekerjaannya, terlebih dahulu membaca isi motto *serve with heart* yang terdapat pada ruangan masing-masing sehingga setiap karyawan hotel lebih

termotivasi dalam melaksanakan pekerjaannya khususnya melayani tamu hotel yang menginap maupun tidak menginap.

### 4.3.4.1 Analisis Korelasi Antara Daya Tarik Isi Motto *Serve With Heart* Terahadap Perhatian Karyawan Hotel Savoy Homann Bidakara Bandung

Perhitungan korelasi antara daya tarik isi motto *serve with heart* dengan perhatian karyawan dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16, sehingga dari hasil perhitungan tersebut di peroleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.22**

**Korelasi antara daya tarik isi motto *serve with heart* terhadap perhatian**

**Correlation**

| | | | daya tarik isi pesan | perhatian |
|---|---|---|---|---|
| Spearman's rho | daya tarik isi pesan | Correlation Coefficient | 1.000 | .442** |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .000 |
| | | N | 68 | 68 |
| | perhatian | Correlation Coefficient | .442** | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | .000 | . |
| | | N | 68 | 68 |

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

Berdasarkan hasil kriteria yang telah disebutkan sebelumnya, maka analisis diatas menunjukan bahwa besarnya korelasi antara variabel daya tarik isi motto *serve with heart* dengan indikator perhatian adalah sebesar 0, 442. Artinya

hubungan antara variabel dengan indikator yaitu antara daya tarik isi motto *serve with heart* terhadap perhatian karyawan adalah hubungan yang cukup berarti. Dimana hubungan variabel dan indikator bersifat signifikan, karena angka probabilitas (sig) sebesar 0,000 yang dimana angka tersebut lebih kecil dari 0,01. (0,000 < 0,01).

Besarnya pengaruh daya tarik isi motto *serve with heart* terhadap perhatian karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$= 0{,}442^2 \times 100\%$$

$$= 0{,}195 \times 100\ \%$$

$$= \mathbf{19{,}5\%}$$

Jadi besarnya pengaruh daya tarik isi motto *serve with heart* terhadap perhatian karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung adalah sebesar **19,5%** dan sisanya yaitu **80,5%** dipengaruhi oleh faktor lain.

Untuk menjawab Hipotesis yang terdapat pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

H1 : Ada pengaruh antara **daya tarik isi motto *serve with heart*** terhadap **perhatian** karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

Ho : Tidak ada pengaruh antara **daya tarik isi *motto serve with* s**terhadap **perhatian** karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

Maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji t, Adapun kriteria pengujian hipotesis adalah :

- t hitung > t tabel = Ho ditolak dan diterima H1
- t hitung < t tabel = Ho diterima dan ditolak H1

Rumus : t hitung $= \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$

$= \frac{0{,}442\sqrt{(68-2)}}{\sqrt{(1-0{,}442^2)}}$

$= \frac{0{,}442\sqrt{66}}{\sqrt{(1-0{,}195)}}$

$= \frac{0{,}442x8{,}124}{0{,}805}$

= 4,459

Dimana r = Besarnya Korelasi

n = Jumlah Sampel

mencari t tabel :

dk = derajat kebebasan

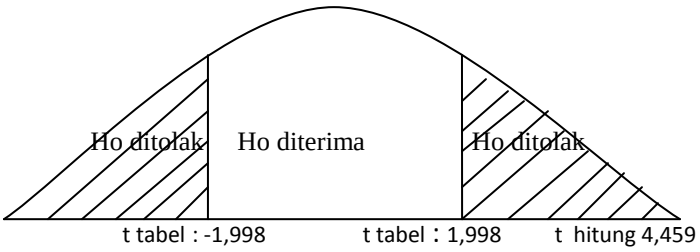
dk = n – 2 (dimana n = jumlah sampel)

dk = 68 – 2

dk = 66

Untuk menghitung $t_{tabel}$ maka digunakan rumus dk= n-2 (dimana n adalah jumlah sampel). Jadi diperoleh t tabel dengan dk = 66 dengan alpha ($\alpha$) 0,05, maka diperoleh $t_{tabel}$ sebesar 1,998 (lihat lampiran tabel distribusi t), atau peneliti menggunakan rumus = TINV (@,dk) pada *Sowftware Microsoft Excel*, maka diperoleh kurva uji t, sebagai berikut:

**Gambar 4.4**
**Kurva Uji t**




Dari gambar 4.4. di atas, terlihat bahwa t hitung jatuh di daerah **Ho ditolak**, yang berarti **H1 diterima** atau dengan arti lain dk = 66 dan alpha (α) 0,05 maka diperoleh t tabel sebesar **1,998** dan t hitung sebesar **4,459** artinya **1,998 Ho ditolak dan H1 diterima (4,459 > 1,998)** sehingga daya tarik isi motto *serve with heart* mempengaruhi perhatian karyawan hotel Savoy Homann Bidakara .

### 4.3.5 Analisis Daya Tarik Isi Motto *Serve With Heart* Terhadap Pengertian Karyawan Hotel Savoy Homann Bidakara Bandung

Dilihat dari data yang diperoleh oleh peneliti melalui angket penelitian yang telah disebarkan, maka pada bagian ini peneliti akan mengemukakan hasil penelitian lapangan sebagai upaya untuk menjawab identifikasi penelitian yang kelima yaitu mengenai daya tarik isi motto *serve with heart* terhadap pengertian karyawan. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 4.23 s/d tabel 4.25 berikut.

**Tabel 4.23**
**Pengetahuan karyawan terhadap isi motto**
**n = 68**

| No | Kategori Jawaban | F | % |
|---|---|---|---|
| 1 | Sangat Setuju | 34 | 50 |
| 2 | Setuju | 34 | 50 |
| 3 | Cukup Setuju | 0 | 0,0 |
| 4 | Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Jumlah** | | **68** | **100** |

Sumber : Penelitian lap. (angket), Juni 2010

Berdasarkan tabel 4.23 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menjawab dengan sangat setuju sama besarnya dengan responden yang menjawab setuju yaitu sebanyak 34 orang dengan persentase sebesar 50% tentang sejauhmana pengetahuan karyawan terhadap isi motto *serve with heart*, dan tidak ada responden yang menjawab cukup setuju, tidak setuju serta sangat tidak setuju dengan persentase 0%. Dari tabel 4.23 dapat dikemukakan bahwa seluruh

karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung telah memiliki pengetahuan yang cukup baik tentang isi dari motto *serve with heart* yang disampaikan oleh pimpinan hotel sehingga setiap pekerjaan yang dilakukan berdasarkan isi dari motto *serve with heart*.

**Tabel 4.24**
**Mampu mendefinisikan terhadap isi motto**
**n = 68**

| No | Kategori Jawaban | F | % |
|---|---|---|---|
| 1 | Sangat Setuju | 34 | 50 |
| 2 | Setuju | 34 | 50 |
| 3 | Cukup Setuju | 0 | 0,0 |
| 4 | Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Jumlah** | | **68** | **100** |

Sumber : Penelitian lap. (angket), Juni 2010

Berdasarkan tabel 4.24 diatas dapat dikemukakan bahwa responden yang menjawab dengan sangat setuju sama besarnya dengan responden yang menjawab setuju yaitu sebanyak 34 orang dengan persentase sebesar 50% tentang sejauhmana pengetahuan karyawan terhadap isi motto *serve with heart*, dan tidak ada responden yang menjawab cukup setuju, tidak setuju serta sangat tidak setuju dengan persentase 0% , sehingga seluruh karyawan hotel Savoy Homan Bidakara Bandung mampu mendefinisikan isi dari motto *serve with heart* yang telah ditetapkan oleh pimpinan hotel sehingga setiap karyawan hotel dalam melayani

setiap tamu yang datang berkunjung ke hotel maupun yang menginap berdasarkan isi dari motto *serve with heart*.

**Tabel 4.25**
**Menggambarkan isi motto**
**n = 68**

| No | Kategori Jawaban | F | % |
|---|---|---|---|
| 1 | Sangat Setuju | 32 | 47 |
| 2 | Setuju | 36 | 53 |
| 3 | Cukup Setuju | 0 | 0,0 |
| 4 | Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Jumlah** | | **68** | **100** |

Sumber : Penelitian lap. (angket), Juni 2010

Berdasarkan tabel 4.25 diatas dapat dilihat bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 32 orang atau dengan persentase sebesar 47%, responden yang menjawab setuju sebanyak 36 orang atau persentase sebesar 53% sedikit lebih besar jumlahnya daripada responden yang menjawab dengan sangat setuju namun tidak ada responden yang menjawab cukup setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju atau persentase sebesar 0% tentang sejauhmana karyawan menggambarkan isi motto *serve with heart.*

### 4.3.5.1 Analisis Korelasi Antara Daya Tarik Isi Motto *Serve With Heart* Dengan Pengertian Karyawan Hotel Savoy Homann Bidakara Bandung

Perhitungan korelasi antara daya tarik isi motto *serve with heart* dengan pengertian karyawan dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16, sehingga dari hasil perhitungan tersebut di peroleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.26**

**Korelasi Antara Daya Tarik Isi Motto *Serve With Heart* Dengan Pengertian**
**Correlation**

| | | | daya tarik isi pesan | pengertian |
|---|---|---|---|---|
| Spearman's rho | daya tarik isi pesan | Correlation Coefficient | 1.000 | .725** |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .000 |
| | | N | 68 | 68 |
| | pengertian | Correlation Coefficient | .725** | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | .000 | . |
| | | N | 68 | 68 |

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed*).

Berdasarkan hasil kriteria yang telah disebutkan sebelumnya, maka analisis diatas menunjukan bahwa besarnya korelasi antara variabel daya tarik dengan indikator pengertian adalah sebesar 0,725. Artinya hubungan antara variabel dengan indikator yaitu antara daya tarik isi motto *serve with heart* terhadap pengertian karyawan adalah hubungan yang tinggi dan kuat. Dimana hubungan variabel dan indikator bersifat signifikan, karena angka probabilitas

(sig) sebesar 0,000 yang dimana angka tersebut lebih kecil dari 0,01. (0,000 < 0,01).

Besarnya pengaruh daya tarik isi motto *serve with heart* terhadap pengertian karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut :

KD = $r^2$ x 100%

= $0{,}725^2$ x 100%

= 0,525x 100 %

**= 52,5%**

Jadi besarnya pengaruh daya tarik isi motto *serve with heart* terhadap pengertian karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung adalah sebesar **52,5%** dan sisanya yaitu **47,5%** dipengaruhi oleh faktor lain.

Untuk menjawab Hipotesis yang terdapat pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

H1 : Ada pengaruh antara **daya tarik isi motto *serve with heart*** terhadap **pengertian** karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

Ho : Tidak ada pengaruh antara **daya tarik isi motto *serve with heart*** terhadap **pengertian** karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

Maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji t, Adapun kriteria pengujian hipotesis adalah :

- t hitung > t tabel = Ho ditolak dan diterima H1
- t hitung < t tabel = Ho diterima dan ditolak H1

Rumus : t hitung $= \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$

$= \frac{0,725\sqrt{(68-2)}}{\sqrt{(1-0,725^2)}}$

$= \frac{0,725\sqrt{66}}{\sqrt{(1-0,525)}}$

$= \frac{0,725x8,124}{0,475}$

$= 12,399$

Dimana r = Besarnya Korelasi

n = Jumlah Sampel

mencari t tabel :

dk = derajat kebebasan

dk = n – 2 (dimana n = jumlah sampel)

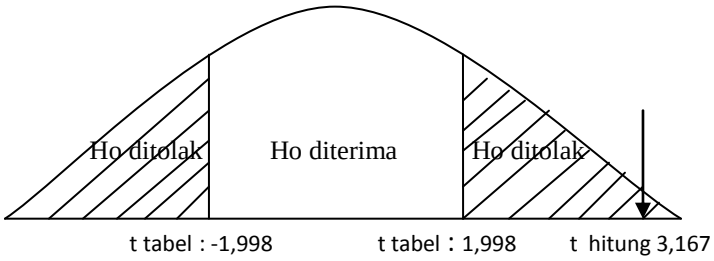
dk = 68 – 2

dk = 66

Untuk menghitung $t_{tabel}$ maka digunakan rumus dk= n-2 (dimana n adalah jumlah sampel). Jadi diperoleh t tabel dengan dk = 66 dengan alpha ($\alpha$ ) 0,05,

maka diperoleh $t_{tabel}$ sebesar 1,998 (lihat lampiran tabel distribusi t), atau peneliti menggunakan rumus = TINV (@,dk) pada *Sowftware Microsoft Excel*, maka diperoleh kurva uji t, sebagai berikut:

**Gambar 4.5**
**Kurva Uji t**




Dari gambar 4.5 di atas, terlihat bahwa t hitung jatuh di daerah **Ho ditolak**, yang berarti **H1 diterima** atau dengan arti lain dk = 66 dan alpha (α) 0,05 maka diperoleh t tabel sebesar **1,998** dan t hitung sebesar **12,399** artinya **1,998 Ho ditolak dan H1 diterima (12,399 > 1,998)** sehingga daya tarik isi motto *serve with heart* mempengaruhi pengertian karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

### 4.3.6 Analisis Daya Tarik Isi Motto *Serve With Heart* Terhadap Penerimaan Karyawan Hotel Savoy Homann Bidakara Bandung

Dilihat dari data yang diperoleh oleh peneliti melalui angket penelitian yang telah disebarkan, maka pada bagian ini peneliti akan mengemukakan hasil penelitian lapangan sebagai upaya untuk menjawab identifikasi penelitian yang keenam yaitu mengenai daya tarik isi motto *serve with heart* terhadap penerimaan

karyawan. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 4.27 s/d tabel 4.29 berikut.

**Tabel 4.27**
**Menghargai isi motto**
**n = 68**

| No | Kategori Jawaban | F | % |
|---|---|---|---|
| 1 | Sangat Setuju | 40 | 59 |
| 2 | Setuju | 28 | 41 |
| 3 | Cukup Setuju | 0 | 0,0 |
| 4 | Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Jumlah** | | **68** | **100** |

Sumber : Penelitian lap. (angket), Juni 2010

Berdasarkan tabel 4.27 diatas dapat dikemukakan bahwa sebanyak 40 orang responden dengan persentase sebesar 59% menjawab sangat setuju lebih besar jumlahnya daripada 28 orang responden yang menjawab setuju dengan persentase 41% sehingga seluruh karyawan hotel pada saat melaksanakan pekerjaannya lebih menghargai isi dari motto *serve with heart* yang telah ditetapkan oleh pimpinan hotel karena tidak ada responden yang menjawab cukup setuju, tidak setuju maupun sangat tidak setuju.

**Tabel 4.28**
**Pemahaman karyawan tentang isi motto**

**n = 68**

| No | Kategori Jawaban | F | % |
|---|---|---|---|
| 1 | Sangat Setuju | 34 | 50 |
| 2 | Setuju | 34 | 50 |
| 3 | Cukup Setuju | 0 | 0,0 |
| 4 | Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Jumlah** | | **68** | **100** |

Sumber : Penelitian lap. (angket), Juni 2010

Berdasarkan tabel 4.28 diatas dapat dikemukakan bahwa responden yang menjawab dengan sangat setuju sama besarnya dengan responden yang menjawab setuju yaitu sebanyak 34 orang dengan persentase sebesar 50% tentang sejauhmana pemahaman karyawan terhadap isi motto *serve with heart*, dan tidak ada responden yang menjawab cukup setuju, tidak setuju serta sangat tidak setuju dengan persentase 0% sehingga seluruh karyawan hotel Savoy Homan Bidakara Bandung mampu mendefinisikan terlebih dahulu isi dari motto *serve with heart* yang telah ditetapkan oleh pimpinan hotel sehingga setiap karyawan hotel dalam melayani setiap tamu yang datang berkunjung ke hotel maupun yang menginap berdasarkan isi dari motto *serve with heart*.

**Tabel 4.29**
**Melakukan isi motto**

**n = 68**

| No | Kategori Jawaban | F | % |
|---|---|---|---|
| 1 | Sangat Setuju | 34 | 50 |
| 2 | Setuju | 34 | 50 |
| 3 | Cukup Setuju | 0 | 0,0 |
| 4 | Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 0 | 0,0 |
| **Jumlah** | | **68** | **100** |

Sumber : Penelitian lap. (angket), Juni 2010

Berdasarkan tabel 4.29 diatas dapat dikemukakan bahwa responden yang menjawab dengan sangat setuju sama besarnya dengan responden yang menjawab setuju yaitu sebanyak 34 orang dengan persentase sebesar 50% tentang sejauhmana karyawan hotel dalam melaksanakan isi dari motto *serve with heart*, dan tidak ada responden yang menjawab cukup setuju, tidak setuju serta sangat tidak setuju dengan persentase 0% sehingga seluruh karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung sehingga seluruh karyawan hotel telah menerapkan isi dari motto *serve with heart* pada saat melaksanakan pekerjaannya sehingga dengan adanya motto yang telah ditetapkan oleh pimpinan hotel, seluruh pekerjaan akan lebih terarah karena motto merupakan motivasi bagi sebuah perusahaan maupun karyawannya dan menggambarkan semangat serta visi perusahaan.

### 4.3.6.1 Analisis Korelasi Antara Daya Tarik Isi Motto *Serve With Heart* Terhadap Penerimaan Karyawan Hotel Savoy Homann Bidakara

Perhitungan korelasi antara daya tarik isi motto *serve with heart* dengan penerimaan karyawan dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16, sehingga dari hasil perhitungan tersebut di peroleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.30**

**Korelasi Antara Daya Tarik Isi Motto *Serve With Heart* Dengan Penerimaan**
**Correlation**

| | | | daya tarik isi pesan | penerimaan |
|---|---|---|---|---|
| Spearman's rho | daya tarik isi pesan | Correlation Coefficient | 1.000 | .652** |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .000 |
| | | N | 68 | 68 |
| | penerimaan | Correlation Coefficient | .652** | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | .000 | . |
| | | N | 68 | 68 |

**. *Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed*).

Berdasarkan hasil kriteria yang telah disebutkan sebelumnya, maka analisis diatas menunjukan bahwa besarnya korelasi antara variabel daya tarik isi motto *serve with heart* dengan indikator penerimaan adalah sebesar 0,652. Artinya hubungan antara variabel dengan indikator yaitu antara daya tarik isi motto *serve with heart* terhadap penerimaan karyawan adalah hubungan yang cukup berarti. Dimana hubungan variabel dan indikator bersifat signifikan, karena angka probabilitas (sig) sebesar 0,000 yang dimana angka tersebut lebih kecil dari 0,01. (0,000 < 0,01).

Besarnya pengaruh daya tarik isi motto *serve with heart* terhadap penerimaan karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$= 0{,}652^2 \times 100\%$$

$$= 0{,}425 \times 100\ \%$$

$$= 42{,}5\%$$

Jadi besarnya pengaruh daya tarik isi motto *serve with heart* terhadap penerimaan karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung adalah sebesar **42,5%** dan sisanya yaitu **57,5%** dipengaruhi oleh faktor lain.

Untuk menjawab Hipotesis yang terdapat pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

H1 : Ada antara pengaruh **daya tarik isi motto *serve with heart*** terhadap **penerimaan** karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

Ho : Tidak ada pengaruh antara **daya tarik isi motto *serve with heart*** terhadap **penerimaan** karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

Maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji t. Adapun kriteria pengujian hipotesis adalah :

- t hitung > t tabel = Ho ditolak dan diterima H1
- t hitung < t tabel = Ho diterima dan ditolak H1

Rumus : t hitung $= \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$

$= \frac{0{,}652\sqrt{(68-2)}}{\sqrt{(1-0{,}652^2)}}$

$= \frac{0{,}652\sqrt{66}}{\sqrt{(1-0{,}425)}}$

$= \frac{0{,}652x8{,}124}{0{,}575}$

= 9,210

Dimana r = Besarnya Korelasi

n = Jumlah Sampel

mencari t tabel :

dk = derajat kebebasan

dk = n – 2 (dimana n = jumlah sampel)

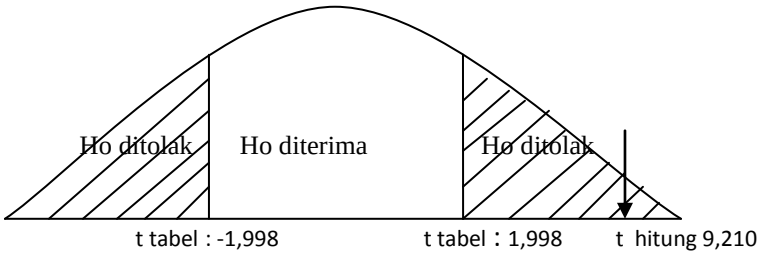
dk = 68 – 2

dk = 66

Untuk menghitung $t_{tabel}$ maka digunakan rumus dk= n-2 (dimana n adalah jumlah sampel). Jadi diperoleh t tabel dengan dk = 66 dengan alpha ($\alpha$ ) 0,05,

maka diperoleh $t_{tabel}$ sebesar 1,998 (lihat lampiran tabel distribusi t), maka diperoleh kurva uji t, sebagai berikut:

**Gambar 4.6**
**Kurva Uji t**




Dari gambar 4.6 di atas, terlihat bahwa t hitung jatuh di daerah **Ho ditolak**, yang berarti **H1 diterima** atau dengan arti lain dk = 66 dan alpha (α) 0,05 maka diperoleh t tabel sebesar **1,998** dan t hitung sebesar **9,210** artinya **1,998 Ho ditolak dan H1 diterima (9,210 > 1,998)** sehingga daya tarik isi motto *serve with heart* mempengaruhi penerimaan karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

### 4.3.7 Analisis Korelasi Antara Daya Tarik Isi Motto *Serve With Heart* Terhadap Sikap Karyawan Hotel Savoy Homann Bidakara Bandung

Perhitungan korelasi antara daya tarik isi motto *serve with heart* dengan sikap karyawan dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16, sehingga dari hasil perhitungan tersebut di peroleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.31**
**Korelasi Antara Daya Tarik Isi Motto *Serve With Heart* Terhadap Sikap Karyawan**

**Correlation**

| | | | daya tarik | sikap |
|---|---|---|---|---|
| Spearman's rho | daya tarik | Correlation Coefficient | 1.000 | .573** |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .000 |
| | | N | 68 | 68 |
| | sikap | Correlation Coefficient | .573** | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | .000 | . |
| | | N | 68 | 68 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil kriteria yang telah disebutkan sebelumnya, maka analisis diatas menunjukan bahwa besarnya korelasi antara variabel daya tarik isi motto *serve with heart* dengan variabel sikap adalah sebesar 0,573. Artinya hubungan kedua variabel yaitu antara daya tarik isi motto *serve with heart* terhadap sikap karyawan adalah hubungan yang cukup berarti. Dimana hubungan variabel dan indikator bersifat signifikan, karena angka probabilitas (sig) sebesar 0,000 yang dimana angka tersebut lebih kecil dari 0,01. (0,000 < 0,01).

Besarnya pengaruh daya tarik isi motto *serve with heart* terhadap sikap karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan Koefisien Determinasi (KD) sebagai berikut :

KD = $r^2$ x 100%

= $0{,}573^2$ x 100%

= 0,328x 100 %

= 32,8%

Jadi besarnya pengaruh daya tarik isi motto *serve with heart* terhadap sikap karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung adalah sebesar **32,8%** dan sisanya yaitu **67,2%** dipengaruhi oleh faktor lain.

Untuk menjawab Hipotesis yang terdapat pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

H1 : Ada pengaruh antara **daya tarik isi motto *serve with heart*** terhadap **sikap** karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

Ho : Tidak ada pengaruh antara **daya tarik isi motto *serve with heart*** terhadap **sikap** karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

Maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji t. Adapun kriteria pengujian hipotesis adalah :

- t hitung > t tabel = Ho ditolak dan diterima H1
- t hitung < t tabel = Ho diterima dan ditolak H1

Rumus : t hitung = $\frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$

$$= \frac{0,573\sqrt{(68-2)}}{\sqrt{(1-0,573^2)}}$$

$$= \frac{0,573\sqrt{66}}{\sqrt{(1-0,328)}}$$

$$= \frac{0,573x8,124}{0,672}$$

$$= 6,927$$

Dimana r = Besarnya Korelasi

n = Jumlah Sampel

mencari t tabel :

dk = derajat kebebasan

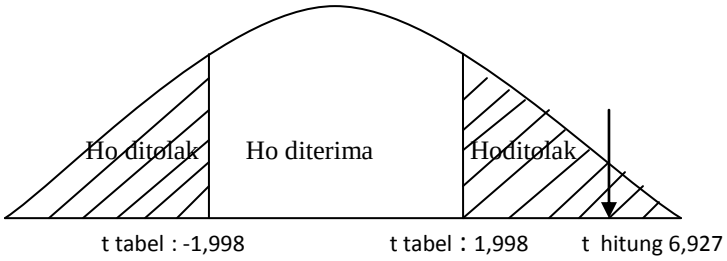
dk = n – 2 (dimana n = jumlah sampel)

dk = 68 – 2

dk = 66

Untuk menghitung $t_{tabel}$ maka digunakan rumus dk= n-2 (dimana n adalah jumlah sampel). Jadi diperoleh t tabel dengan dk = 66 dengan alpha ($\alpha$ ) 0,05, maka diperoleh $t_{tabel}$ sebesar 1,998 (lihat lampiran tabel distribusi t), maka diperoleh kurva uji t, sebagai berikut:

**Gambar 4.7**
**Kurva Uji t**




Dari gambar 4.7 di atas, terlihat bahwa t hitung jatuh di daerah **Ho ditolak**, yang berarti **H1 diterima** atau dengan arti lain dk = 66 dan alpha (α) 0,05 maka diperoleh t tabel sebesar **1,998** dan t hitung sebesar **6,927** artinya **1,998 Ho ditolak dan H1 diterima (6,927 > 1,998)** sehingga daya tarik isi motto *serve with heart* mempengaruhi sikap karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

## 4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Savoy Homann Bidakara merupakan hotel bintang empat (****) berstandar internasional yang memiliki pola kerja yang efektif, efesien, dan terkontrol. Pola ini terus dipertahankan agar mampu bertahan menghadapi persaingan di dunia perhotelan yang semakin kompetitif. Saat ini Savoy Homann Bidakara lebih menfokuskan diri untuk kepuasan dan pelayanan yang terbaik bagi para tamu, melalui sumber daya manusia yang berprofessional pada bidangnya. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan citra hotel dan mencapai tujuan perusahaan sesuai dengan visi dan misinya.

Adapun stategi yang di lakukan oleh Savoy Homann Bidakara saat ini yaitu pengembangan dan pengelolaan usaha yang salah satunya berbasis budaya kebersamaan yang secara tersirat yang dituangkan dalam sebuah motto *serve with heart* yang berbunyi melayani dengan setulus hati dan empati. Kebijakan tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan perlindungan, pemberdayaan, dan pengembangan budaya kebersamaan (karekteristik sumber daya manusia) dalam praktik pengelolaan dan pengembangan usaha dan kekaryawanan. Sedangkan tujuannya adalah pengelola perusahaan dan karyawan serta menguatkan daya saing perusahaan menuju terwujudnya visi hotel Savoy Homann Bidakara sebagai hotel di Kota Bandung yang menjadi pilihan utama dan kebanggaan Nasional dan Iternasional.

Melalui pengelolaan dan pengembangan berbasis budaya kebersamaan diharapkan akan terjadi penguatan harkat dan martabat manusia dalam proses pengelolaan dan pengembangan usaha, dan akan lebih mencerahkan serta lebih berkeadilan dan manusiawi. Tolak ukur keberhasilan dari pengelolaan dan pengembangan berbasis budaya kebersamaan ini tidak hanya di lihat dari kecukupan material belaka, tetapi oleh eksitensi dan menguatkannya nilai-nilai budaya kebersamaan dalam kehidupan. Budaya gotong royong (kerjasama) misalnya melalui spirit *serve with heart* di harapkan akan lebih berkembang bagi hotel Savoy Homann Bidakara untuk menghadapi persaingan usaha bahkan menahan gempuran arus globalisasi maupun kapatalisme global.

Kegiatan pengelolaan dan pengembangan yang berbasis budaya kebersamaan yang tengah dan akan digulirkan di hotel Savoy Homann Bidakara

antara lain adalah penyelenggara *employe gathering* secara rutin setiap tiga bulan sekali, penyelenggaraan rekreasi bersama keluarga karyawan, penyelenggaraan halal bihalal bersama keluarga karyawan, penyelenggaraan dan pengembangan koperasi karyawan, penyediaan *smoking area* untuk karyawan. Penyelenggaran *touring* atau *outing* yang bersifat insidentil, penyelenggaran kegiatan bakti sosial dan donor darah, pelembagaan penyelesaian PHI secara musyawarah, pelaksanaan wajib hadir setiap pertemuan karyawan, kebijakan pemberian bonus, penyedian kotak saran dan madding, penyedian fasilitas kegiatan olah raga, pencanangan 2010 sebagai tahun *training*, dan penerbitan bulletin karyawan swara homann serta kegiatan lainnya yang bernuansa kebersamaan.

Demikian pula pada hotel Savoy Homann Bidakara Bandung yang merupakan hotel berbintang empat yang memiliki karyawan sebanyak 210 orang. Dimana latar belakang pendidikan yang dimiliki karyawan bervariasi, mulai dari tingkat SLTP, SMU, DI sampai dengan S3. Jumlah terbesarnya adalah karyawan dengan tingkat pendidikan SMU dan diploma perhotelan. Dengan demikian untuk meningkatkan kualitas kerja karyawan maka pemimpin hotel memberikan pendidikan dan pelatihan atau training awal berupa pengarahan, teori dan praktek guna dapat membentuk sikap yang baik dalam melakukan pekerjaan pada karyawan baru maupun karyawan lama yang direkrut oleh hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

Untuk dapat tetap mempertahankan kualitas karyawannya maka hotel Savoy Homann Bidakara Bandung melakukan berbagai pelatihan, seminar dan kursus bagi para karyawan sesuai dengan bidang pekerjaannya, baik itu pelatihan

operasional maupun *managerial skill*. Tujuannya untuk menambah pengetahuan dan keterampilan karyawan mengenai pelayanan hotel yang baik sesuai dengan keinginan pengunjung, yaitu memberikan prioritas utama pada kepuasan pengunjung, diantaranya adalah kebersihan, kecepatan, ketepatan, keahlian karyawan, pemberian informasi yang lengkap dan akurat, etika sopan dalam melayani pengunjung, penyediaan lapangan parkir yang memadai, dan kondisi kenyamanan ruangan, juga agar karyawan selalu mengetahui informasi dan perkembangan terbaru tentang dunia pariwisata dan perhotelan.

Kegiatan pelatihan tersebut beragam bentuknya, ada yang dilakukan didalam internal manajemen, mengundang para pakar atau narasumber untuk memberikan materi pelatihan ke hotel Savoy Homann Bidakara ataupun juga mengirimkan karyawan untuk mengikuti pelatihan diluar hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

Dalam penelitian ini peneliti akan membahas tentang daya tarik isi motto *serve with heart* oleh humas hotel Savoy Homann Bidakara Bandung terhadap sikap karyawannya. Adapun teknik yang peneliti gunakan dalam pengumpulan data adalah kusioner, wawancara dan studi kepustakaan. Penyebaran angket dalam penelitian ini memakan waktu empat hari.

### 4.4.1 Analisis Daya Tarik Rasional Terhadap Sikap Karyawan Hotel Savoy Homann Bidakara Bandung Melalui Isi Motto *Serve With Heart*

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti yang telah dilakukan maka peneliti dapat mengetahui bahwa humas hotel Savoy Homann Bidakara Bandung mengemas pesan pada isi motto *serve with heart* secara baik. Hal ini sejalan dengan pengertian yang dikemukakan oleh Kotler dalam Sindoro, mengenai daya tarik dalam suatu isi pesan yang salah satunya adalah :

Daya tarik rasional adalah daya tarik berfungsi untuk membangkitkan kepentingan diri audiens. Daya tarik ini menunjukan manfaat atau kegunaan dari isi pesan tersebut. Setiap pesan yang disampaikan oleh seorang komunikator harus bermanfaat dan berguna bagi komunikannya sehingga pesan tersebut dapat di terima dengan baik dan melalui pesan tersebut dapat merubah perilaku komunikan dalam melakukan suatu pekerjaan. Dalam arti lain yaitu bahwa isi pesan yang disampaikan dapat membangkitkan semangat dalam diri setiap komunikan yang mendengar pesan tersebut.

Bila dikaitkan dengan penelitian ini yaitu daya tarik rasional terhadap sikap karyawan melalui isi motto *serve with heart* harus dapat membangkitkan semangat dalam setiap diri seseorang yaitu dalam diri karyawan hotel.

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan angket, dimana penelitian menggunakan pandangan sebagai alat ukur dari daya tarik rasional yang memiliki dua alat ukur yaitu manfaaat isi pesan, dan kegunaan pesan isi pesan tersebut. Adapun manfaat isi pesan yang disampikan oleh humas hotel Savoy Homann Bidakara Bandung terhadap sikap karyawan adalah baik dengan 34 orang karyawan atau 50 % dari total 68 sampel penelitian. Hal ini menunjukan bahwa bahwa isi pesan di dalam motto *serve with heart* yang disampaikan oleh Humas kepada karyawan memiliki aktualitas isi pesan itu sendiri serta karyawan mengetahui manfaat isi pesan yang tersirat dalam motto tersebut yang berguna saat melakukan pekerjaan baik dilingkungan pekerjaan maupun diluar lingkungan pekerjaan, sehingga adanya respon yang baik dari dalam diri karyawan terhadap isi pesan yang telah disampaikan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, hasilnya adalah menunjukan bahwa  besarnya korelasi antara indikator daya tarik rasional dengan variabel sikap adalah sebesar 0,344, artinya hubungan antara keduanya yaitu antara daya tarik rasional terhadap sikap karyawan melalui isi motto *serve with heart* adalah hubungan yang rendah tetapi pasti. Hubungan antara indikator dan variabel tersebut bersifat signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,344 dengan korelasi 0,01 (2-tailed), untuk lebih lengkapnya dapat di lihat pada tabel 4.11. dalam hal ini menunjukan bahwa pemimpin hotel menekankan kembali tentang manfaat dan kegunaan dari isi motto *serve*

*with heart* yang tidak hanya berguna untuk kepentingna kemajuan dalam suatu perusahaan tetapi berguna untuk seluruh karyawan dalam membentuk karakter setiap dalam diri karyawan menjadi lebih baik lagi baik di dalam hotel maupun di luar lingkungan hotel.

Besar pengaruh antara daya tarik rasional terhadap sikap karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung melalui motto *serve with heart* setelah di hitung dengan menggunakan perhitungan Koefisien Determinasi (KD) maka di perolah hasil 11,8%. Jadi dari perhitungan tersebut dapat dilihat bahwa pengaruh antara daya tarik rasional terhadap sikap karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung melalui isi motto *serve with heart* adalah sebesar 11,8 dan sisanya 88,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

**1. Analisis Daya Tarik Emosional Terhadap Sikap Karyawan Hotel Savoy Homann Bidakara Bandung Melalui Isi Motto *Serve With Heart***

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti yang telah dilakukan maka peneliti dapat mengetahui bahwa humas hotel Savoy Homann Bidakara Bandung mengemas pesan pada isi motto *serve with heart* secara baik. Hal ini sejalan dengan pengertian yang dikemukakan oleh Kotler dalam Sindoro, mengenai daya tarik dalam suatu isi pesan yang salah satunya adalah :

Daya tarik emosional adalah daya tarik ini berusaha untuk membangkitkan emosional negatif atau positif yang dapat memotivasi

karyawan. Bahwa pesan yang diterima oleh setiap komunikan harus dapat merangsang daya pikir setiap komunikan yang mendengar pesan tersebut, agar komunikan dapat merasakan perasaan senang terhadap pesan yang di terima, meski ada perasaan tidak senang terhadap pesan yang diterimannya. Namun pesan yang telah disampaikan oleh komunikator harus dapat memotivasi dalam diri setiap komunikan yang telah menerima dan mendengar pesan atau informasi tersebut.

Jadi dalam penelitian ini daya tarik emosional terhadap sikap karyawan dalam mendengar isi motto *serve with heart* harus dapat merangsang pola pikir setiap karyawan hotel baik dalam merekrut karyawan baru maupun dalam seminar pada kayawan lama yang memiliki tujuan untuk setiap karyawan mengerti akan makna isi motto *serve with heart* yang telah disampaikan oleh pimpinan hotel untuk kepentingan bersama. Sehingga timbul perasaan senang terhadap isi motto tersebut saat menerapkannya ke dalam suatu pekerjaan serta timbulnya rasa termotivasi dalam diri setiap karyawan saat menerima isi motto tersebut.

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, hasilnya adalah menunjukan bahwa besarnya korelasi antara indikator daya tarik emosional dengan variabel sikap adalah sebesar 0,626, artinya hubungan antara keduanya yaitu antara daya tarik emosioal terhadap sikap karyawan melalui isi motto *serve with heart* adalah hubungan yang cukup berarti. Hubungan antara indikator dan variabel tersebut bersifat signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar

0,000 dengan korelasi 0,01 (2-tailed), untuk lebih lengkapnya dapat di lihat pada tabel 4.15. hal ini menunjukan bahwa karyawan meiliki perasaan senang dan termotivasi terhadap isi pesan dalam motto yang telah disampaikan, maka perlu adanya peningkatan yang lebih mendalam untuk karyawan tetap memiliki perasaan senang terhadap isi motto yaitu melalui pendekatan yang lebih intensif lagi antara pemimpin dengan karyawan sehingga karyawan memiliki perasaan senang dari isi motto tersebut dengan setulus hati tanpa karena paksaan atau tuntutan.

Besar pengaruh antara daya tarik emosional terhadap sikap karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung melalui motto *serve with heart* setelah di hitung dengan menggunakan perhitungan Koefisien Determinasi (KD) maka di perolah hasil 39,1%. Jadi dari perhitungan tersebut dapat dilihat bahwa pengaruh antara daya tarik emosional terhadap sikap karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung melalui isi motto *serve with heart* adalah sebesar 39,1% dan sisanya yaitu 60,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Bahwa isi motto tersebut mempengaruhi perasaan senang dalam diri karyawan dan memotivasi karyawan sebesar 39,1% dan perasaan senang yang dipengaruhi factor lain yaitu 60,9%.

**2. Analisis Daya Tarik Moral Terhadap Sikap Karyawan Hotel Savoy Homann Bidakara Bandung Melalui Isi Motto *Serve With Heart***

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti yang telah dilakukan maka peneliti dapat mengetahui bahwa humas hotel

Savoy Homann Bidakara Bandung mengemas pesan pada isi motto *serve with heart* secara baik. Hal ini sejalan dengan pengertian yang dikemukakan oleh Kotler dalam Sindoro, mengenai daya tarik dalam suatu isi pesan yang salah satunya adalah :

Daya tarik moral diarahkan pada perasaan *audiens* tentang apa yang benar dan tepat, sehingga sering digunakan untuk mendorong seseorang mendukung masalah-masalah sosial. Komunikator dalam menyampaikan suatu pesan atau informasi harus paham benar dengan apa yang menjadi kebutuhan komunikannya misalnya komunikator harus memilah-milah kata-kata yang tepat saat menyampaikan isi pesan kepada komunikan sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima oleh komunikannya dengan baik serta menerapkan isi pesan tersebut

Bila dikaitkan dengan penelitian ini maka pemimpin hotel harus memahami benar isi motto *serve with heart* yang akan di sampaikan kepada semua karyawan baik karyawan baru maupun karyawan lama, sehingga pesan yang disampaikan tepat menjadi kebutuhan setiap karyawan dalam melakukan pekerjaan. Namun isi motto tersebut bukan hanya diterapkan saat melakukan pekerjaan di hotel saja namun di kehidupan sehari-hari pun karyawan harus mampu menerapkan apa yang menjadi dasar dari makna dan tujuan dari isi motto tersebut, sehingga dengan adanya isi motto tersebut dapat membimbing karyawan dalam menyelesaikan suatu masalah baik di dalam hotel maupun di luar hotel.

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, hasilnya adalah menunjukan bahwa besarnya korelasi antara indikator daya tarik moral dengan variabel sikap adalah sebesar 0,607, artinya hubungan antara keduanya yaitu antara daya tarik moral terhadap sikap karyawan melalui isi motto *serve with heart* adalah hubungan yang cukup berarti. Hubungan antara indikator dan variabel tersebut bersifat signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,000 dengan korelasi 0,01 (2-tailed), untuk lebih lengkapnya dapat di lihat pada tabel 4.18.

Besar pengaruh antara daya tarik moral terhadap sikap karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung melalui motto *serve with heart* setelah di hitung dengan menggunakan perhitungan Koefisien Determinasi (KD) maka di perolah hasil 36,8%. Jadi dari perhitungan tersebut dapat dilihat bahwa pengaruh antara daya tarik moral terhadap sikap karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung melalui isi motto *serve with heart* adalah sebesar 36,8% dan sisanya yaitu 63,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

### 3. Analisis Daya Tarik Isi Motto *Serve With Heart* Terhadap Perhatian Karyawan Hotel Savoy Homann Bidakara Bandung

Perhatian (*attention*) timbul dimulai dari saat seseorang melihat apa yang dilihatnya, dan mendengar apa yang telah didengarnya dari suatu pesan. Dimana contoh faktor-faktor yang mempengaruhi suatu perhatian seseorang adalah faktor-faktor biologis, faktor-faktor sosiopsikologi, motif

sosiogenis, kebiasaan, kemauan, dan mempengaruhi apa yang kita perhatikan.

Dari penjelasaan diatas bila dikaitkan dengan penelitian ini bahwa daya tarik isi motto *serve with heart* harus mampu menarik perhatian dari setiap karyawan yang ada di hotel agar semua karyawan mengerti dan memahami tujuan dan makna dari isi motto tersebut guna bukan untuk kepentingan hotel saja namun untuk kepentingan setiap karyawan baik saat di hotel maupun di luar hotel, sehingga karyawan hotel memiliki suatu perhatian terhadap isi motto tersebut dengan kerelaan hatinya atau menerima dengan senang saat menerapkannya isi motto tersebut bukan dengan suatu kepaksaan harus menerapkannya ke dalam suatu pekerjaan. Dimana pemimpin hotel harus mampu menyampaikan isi motto tersebut dengan bahasa yang mudah untuk dimengerti, selain untuk menarik perhatian tersebut dengan bahasa lisan, maka bahasa tulisan juga dapat menarik perhatian setiap karyawan yaitu dengan tulisan yang berwarna-warni didalam isi motto tersebut harus menarik untuk di pandang, dan isi motto tersebut harus dapat melambangkan ke dalam sebuah pin mungil yang mencerminkan kebersamaan antara pemimpin dan semua karyawan yang ada di hotel tesrebut.

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, hasilnya adalah menunjukan bahwa besarnya korelasi antara variabel daya tarik dengan indikator perhatian adalah sebesar 0,442, artinya hubungan antara keduanya yaitu antara daya tarik terhadap perhatian karyawan

melalui isi motto *serve with heart* adalah hubungan yang cukup berarti. Hubungan antara variabel dan indikator tersebut bersifat signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,000 dengan korelasi 0,01 atau 0,000<0,01 (2-tailed), untuk lebih lengkapnya dapat di lihat pada tabel 4.22.

Besar pengaruh antara daya tarik terhadap perhatian karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung melalui motto *serve with heart* setelah di hitung dengan menggunakan perhitungan Koefisien Determinasi (KD) maka di perolah hasil 19,5%. Jadi dari perhitungan tersebut dapat dilihat bahwa pengaruh antara daya tarik terhadap perhatian karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung melalui isi motto *serve with heart* adalah sebesar 19,5% dan sisanya yaitu 80,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Hal ini menunjukan bahwa isi pesan yang tersirat dalam motto *serve with heart* telah mendapat suatu perhatian dari dalam diri karyawan sehingga timbul *feedback* yang baik dalam diri karyawan dalam menanggapin isi motto tersebut.

**4. Analisis Daya Tarik Isi Motto *Serve With Heart* Terhadap Pengertian Karyawan Hotel Savoy Homann Bidakara Bandung**

Pengertian dikarenakan adanya perhatian awal terhadap stimulus yang diterima oleh setiap komunikan pada mendengar dan melihat stimulus tersebut.

Bila dikaitkan dengan penelitian ini, isi pesan dikemas dengan bentuk yang sederhana mungkin dengan warna yang menarik serta bahasa yang mudah untuk dipahami sehingga dapat merangsang pola pikir setiap karyawan. Sehingga karyawan mengerti apa makna dari isi motto yang telah mereka dengar dari pimpinan hotel.

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, hasilnya adalah menunjukan bahwa besarnya korelasi antara variabel daya tarik dengan indikator pengertian adalah sebesar 0,725, artinya hubungan antara keduanya yaitu antara daya tarik terhadap pengertian karyawan melalui isi motto *serve with heart* adalah hubungan yang kuat, tinggi. Hubungan antara variabel dan indikator tersebut bersifat signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,000 dengan korelasi 0,01 (2-tailed), untuk lebih lengkapnya dapat di lihat pada tabel 4.26.

Besar pengaruh antara daya tarik terhadap pengertian karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung melalui motto *serve with heart* setelah di hitung dengan menggunakan perhitungan Koefisien Determinasi (KD) maka di perolah hasil 52,5%. Jadi dari perhitungan tersebut dapat dilihat bahwa pengaruh antara daya tarik terhadap pengertian karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung melalui isi motto *serve with heart* adalah sebesar 52,5% dan sisanya yaitu 47,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Hal ini menunjukan bahwa isi pesan dalam motto *serve with heart* yang disampaikan oleh humas kepada karyawan mendapat perhatian yang baik sehingga karyawan tidak hanya mendengar saja tetapi menyimak akan isi pesan tersebut sehingga timbul pengertian yang baik dari dalam diri karyawan tentang isi motto tersebut.

**5. Analisis Daya Tarik Isi Motto *Serve With Heart* Terhadap Penerimaaan Karyawan Hotel Savoy Homann Bidakara Bandung**

Penerimaan akan stimulus adalah suatu proses dari suatu perhatian akan pesan yang dilihat dan di dengar, setelah pesan tersebut telah mendapat suatu perhatian dalam diri koumunikan maka akan timbul penegrtian dari setiap komunikan pada isi dari pesan tersebut dengan demikian tahap selanjutnya adalah komunikan menerima isi pesan yang di lihat maupun yang didengarnya.

Apabila dikaitkan dengan penelitian ini, maka isi motto *serve with heart* yang telah mendapat perhatian dari setiap karyawan dan karyawan telah mengerti akan makna dan tujuan dari isi motto tersebut maka dengan mudah setiap karyawan menerima isi motto tersebut dengan baik dan senang, dengan demikian pada tahap penerimaan dari isi motto tesrebut dapat menimbulkan sikap yang positip dalam diri setiap karyawan saat melakukan pekerjaan berdasarkan isi motto yang telah karyawan terima.

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, hasilnya adalah menunjukan bahwa  besarnya korelasi antara variabel daya

tarik dengan indikator penerimaan adalah sebesar 0,625, artinya hubungan antara keduanya yaitu antara daya tarik terhadap perhatian karyawan melalui isi motto *serve with heart* adalah hubungan yang cukup berarti. Hubungan antara variabel dan indikator tersebut bersifat signifikan, hal ini diketahui dari angka tingkat signifikan (sig) sebesar 0,000 dengan korelasi 0,01 (2-tailed), untuk lebih lengkapnya dapat di lihat pada tabel 4.30.

Besar pengaruh antara daya tarik terhadap penerimaan karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung melalui motto *serve with heart* setelah di hitung dengan menggunakan perhitungan Koefisien Determinasi (KD) maka di perolah hasil 42,5%. Jadi dari perhitungan tersebut dapat dilihat bahwa pengaruh antara daya tarik terhadap penerimaan karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung melalui isi motto *serve with heart* adalah sebesar 42,5% dan sisanya yaitu 57,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Isi pesan yang tersirat dalam motto *serve with heart* telah mendapat perhatian dan pengertian sehingga adanya respon dari dalam karyawan sehingga karyawan menerima apa yang disampaikan oleh humas tentang makna dan tujuan dari isi motto tersebut, yang mana salah satu penunjang untuk menarik perhatian tamu yaitu melaui isi motto tersebut yang akan diterapkan oleh karyawan dalam melayani tamu dengan setulus hati.

**6. Analisis Daya Tarik Isi Motto *Serve With Heart* Terhadap Sikap Karyawan Hotel Savoy Homann Bidakara Bandung**

Sesuai dengan judul penelitian angkat, di sini peneliti akan menjelaskan tentang daya tarik isi motto *serve with heart* terhadap sikap karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung.

Sebelumnya telah peneliti jabarkan tentang bagaimana hubungan antara indikator dan variabel, namun sekarang peneliti akan membahas hubungan antara variabel X dan variabel Y.

Daya tarik adalah proses awal terhadap kesan dari suatu bentuk komunikasi dan sangat berperan dalam membnetuk animo komunikan, sehingga daya tarik merupakan kekuatan yang dapat memikat perhatian dan dapat mendorong seseorang untuk melakukan suatu kegiatan dan merelakan dirinya untuk terikat pada suatu kegiatan. Dengan demikian isi pesan dalam motto *serve with heart* menampilkan bentuk dari daya tarik pesan agar setiap karyawan tertarik sehingga pada akhirnya menumbuhkan sikap yang positip terhadap isi motto tersebut.

Sedangkan sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai. Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi yang menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang diharapkan dan diinginkan. Sikap mengandung atau tidak menyenangkan, timbul dari

pengalaman, tidak dibawa sejak lahir, tetapi merupakan hasil belajar sehingga sikap dapat dibentuk dan dapat dirubah. (Rakhmat,1994:49-50)

Sikap merupakan produk dari proses sosialisasi dimana seseorang bereaksi sesuai dengan rangsangan yang diterimanya. Jika sikap mengarah pada objek tertentu, berarti bahwa penyesuaian diri terhadap objek tersebut dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan kesediaan untuk bereaksi dari orang tersebut terhadap objek (Mar'at,1982:9).

Sedangkan teori SOR peneliti gunakan pada saat pesan atau informasi itu mengalami perhatian, pengertian dan penerimaan informasi atau pesan. Hal ini terjadi ketika pesan yang di sampaikan oleh Humas hotel Savoy Homaann Bidakara Bandung mengalami suatu pembentukan sikap dengan kata lain, ketika pesan itu diterima oleh karyawan maka stimulus dari sumber, yang kemudian mendapatkan perhatian dari organisme dan akan mengalami pengertian terhadap pesan yang diberikan dan pada akhirnya organisme menerima pesan dengan baik. Dari hal ini teori akan melihat bagaimana respon karyawan hotel Savoy Homann Bidakara Bandung setelah menerima isi motto *serve with heart* yang disampaikan oleh humas kepada karyawan adapun respon yang timbul dari karyawan adalah berbentuk sikap yang positif dari karyawan terhadap isi dari motto tersebut.

Dalam penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan angket atau kusioner kepada 68 responden karyawan hotel Savoy Homann Bidakara

Bandung, dari total populasi 210 karyawan maka di peroleh hasil penelitian setelah di analisis dan berdasarkan kriteria yang telah disebutkan sebelumnya, maka hasil analisis teersebut menunjukan bahwa besarnya pengaruh daya tarik dengan sikap adalah sebesar 0,573. Artinya hubungan antara kedua variabel yaitu antara daya tarik isi motto *serve with heart* terhadap sikap karyawan adalah hubungan yang cukup berarti.

Besar pengaruh antara daya tarik terhadap sikap dapat di hitung dengan menggunakan perhitungan Koefisien Determinasi (KD), hasilnya 32,8%. Jadi dari perhitungan tersebut dapat dilihat dapat dilihat pengaruh daya tarik terhadap sikap adalah sebesar 32,8% dan sisanya yaitu 67,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

Bahwa isi pesan dalam motto memiliki daya tarik yang dapat membentuk sikap karyawan saat melakukan pekerjaan baik dalam bentuk tulisan maupun makna dari isi motto tersebut, sehingga karyawan merasakan bahwa isi motto memang bagian dalam diri seluruh karyawan saat melakukan suatu pekerjaan dengan setulus hati. Hal ini menunjukan bahwa isi motto tersebut berisi tidak hanya tuntutan untuk memajukan hotel saja tetapi untuk dapat membentuk, merubah paradigma karyawan.