

Submitted 30 Mei 2022
Accepted 30 Juni 2022

PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN FRONT OFFICE TERHADAP KEPUASAN TAMU PADA HARRIS HOTEL & CONVENTIONS DENPASAR

THE EFFECT OF FRONT OFFICE SERVICE QUALITY DIMENSION ON GUEST SATISFACTION AT HARRIS HOTEL & CONVENTIONS DENPASAR

Wibisana Teguh Wijaya

Program Studi Diploma IV Manajemen Perhotelan, Institut Pariwisata Dan Bisnis
Internasional

Email: wibisanateguh4@gmail.com

ABSTRAK

Harris Hotel & Conventions Denpasar merupakan salah satu hotel yang terdampak wabah COVID-19, yang beralamat di HOS Cokroaminoto No. 23-25 Denpasar, Bali. Penelitian ini bertujuan menilai kepuasan tamu di Harris Hotel & Conventions berdasarkan penerapan karakteristik kualitas layanan Front Office dan untuk menetapkan tingkat layanan yang ditawarkan kepada pelanggan. Pelaksanaan penelitian ini pada bulan Maret hingga Mei 2021. Dengan teknik *non-probability sampling (accidental sampling)*, data dikumpulkan menggunakan cara mendokumentasikan dan juga menyebarkan kuesioner dengan 20 pertanyaan kepada 40 responden, terutama pengunjung yang menginap di Harris Hotel & Conventions Denpasar. Data dikumpulkan melalui kuesioner berdasarkan Skala Likert yang sudah divalidasi dan reliabel. Teknik analisis regresi linier berganda bertujuan menganalisa data penelitian. Berdasarkan hasil analisis data didapatkan nilai sig. $0,000 < 0,005$, beberapa sub variabel kualitas pelayanan yaitu *Empathy*, *Responsiveness*, dan *Reliability* dapat menjelaskan variabel kepuasan pelanggan secara signifikan, sedangkan sub variabel lainnya yaitu *Tangibles* dan *Assurance* berpengaruh tetapi tidak signifikan. R Square adalah 0,520. Hasilnya, kualitas layanan mempengaruhi kepuasan tamu 52%, sedangkan sisanya 48% dipengaruhi faktor lainnya.

Kata Kunci: *Kualitas pelayanan, Kepuasan Tamu, Front Office*

ABSTRACT

Harris Hotel & Conventions Denpasar is one of the hotels affected by the COVID-19 outbreak, which is located at HOS Cokroaminoto No. 23-25 Denpasar, Bali. The purpose of this study was to assess guest satisfaction at Harris Hotel & Conventions based on the application of Front Office service quality characteristics and to establish the level of service offered to customers. This research was conducted from March to May 2021. Using non-probability sampling (accidental sampling) techniques, data collection was carried out by documenting and also distributing questionnaires with 20 questions to 40 respondents, especially visitors staying at Harris Hotel & Conventions Denpasar. Data collection through questionnaires based on a validated and reliable Likert Scale. Multiple linear regression analysis techniques were used to analyze the data in this study. Based on the results of data analysis obtained sig values. $0.000 < 0.005$, some sub variables of service quality, namely Empathy, Responsiveness, and Reliability, can explain customer satisfaction variables significantly, while other sub-variables, namely Tangibles and Assurance, have an effect but are not significant. R Square is 0.520. As a result, the quality of service affects guest satisfaction by 52%, while the remaining 48% is influenced by other factors.

Keywords: *Quality of service, Guest Satisfaction, Front Office*

PENDAHULUAN

Hotel merupakan salah satu sarana penunjang pariwisata. Dalam Surat Keputusan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi Nomor 037/PW.304/MPPT-86 berkaitan pemasaran usaha penggolongan hotel, hotel yaitu jenis akomodasi yang menggunakan seluruh maupun sebagian bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan, minuman dan jasa yang lain bagi umum yang dikelola secara komersial.

Produk dalam hotel utamanya adalah kamar dan pelayanan. Menurut Sugiarto dan Sulartiningrum (2007:22) mengemukakan pelayanan merupakan produk yang tidak bisa diraba (*intangibles product*) tetapi akan memberikan kesan tersendiri terhadap orang yang mendapatkan terutama pelayanan yang baik. Di dalam sebuah hotel, untuk melayani kebutuhan tamu terdapat departemen-departemen yang bertugas dan mempunyai fungsi masing-masing dan salah satunya ialah *Front Office department*. Menurut Sihite (2013:02) *Front Office department* adalah bagian paling penting secara mutlak yang harus ada pada organisasi Hotel.

Memenuhi tuntutan persaingan yang semakin ketat dan untuk memberikan kepuasan tamu agar sesuai ataupun melebihi ekspektasi mereka, beberapa hotel di Denpasar berlomba-lomba menciptakan inovasi dan cara untuk menarik tamu ke Hotel mereka. Salah satu hotel di daerah Denpasar yang baru beroperasi pada tahun 2014 lalu namun mampu bersaing dengan Hotel-Hotel kompetitor disekitarnya adalah Harris Hotel & Conventions Denpasar. Dikarenakan letaknya di pusat kota dan fasilitas meeting room yang memadai menjadikan Harris Hotel & Conventions

Denpasar pilihan bagi beberapa businessman/woman, perusahaan swasta, instansi pemerintah maupun organisasi-organisasi sebagai hotel tempat mereka menginap dan mengadakan pertemuan. Hal ini membuat Hotel untuk berusaha menjaga dan memberikan pelayanan dan kenyamanan bagi tamu yang menginap di Hotel ini.

Kenyataannya, beberapa tamu terus mengungkapkan ketidakpuasannya terhadap *Front Office* di Harris Hotel & Conventions Denpasar. Di review Google dan TripAdvisor, masih terdapat komentar negatif dari tamu tentang kualitas layanan yang diberikan dan sikap tidak sopan dalam beberapa situasi yang disunting oleh para tamu. Menurut komentar tamu hotel, ada juga keluhan tentang sikap dan pelayanan resepsionis yang tidak ramah. Keandalan (*reliability*) The Harris Hotel & Conventions sempat mengalami kendala dengan reservasi kamar yang tidak sesuai dengan keinginan pelanggan.

Walaupun *assurance* atau jaminan kualitas pelayanan dari hotel kepada pelanggan kurang baik, dikarenakan para frontline staff sebagai pelaku Hotelier terhadap pelanggan mengalami kendala di awal tahun 2019, mereka selalu berusaha untuk meningkatkan dan memberikan yang terbaik bagi pelanggan, menurut Pak Komang Agus, Manajer Kantor Depan, "dengan cara terbaik untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menekankan titik layanan dalam urutan di mana ada masalah."

Berdasarkan latar belakang di atas, terlihat ada indikasi kurang optimalnya pelayanan yang diberikan pada seksi *receptionist*, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai kualitas pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, penulis akan melakukan penelitian untuk menilai kepuasan tamu di Harris Hotel & Conventions terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Front Office* guna mengetahui tingkat pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Hipotesis penelitian ini adalah berikut ini:

H_a: Kualitas pelayanan *Front Office* mempengaruhi kepuasan tamu di Harris Hotel and Conventions secara signifikan.

H₀: Tidak ada pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan *Front Office* terhadap kepuasan konsumen (tamu)

METODE PENELITIAN

Penelitian telah dilaksanakan pada Harris Hotel & Conventions Denpasar, yang terletak di Jalan HOS Cokroaminoto No. 23-25 Denpasar, Bali. Harris Hotel Denpasar Berdiri pada Tahun 2014. Pada bulan Maret sampai Mei 2021, penelitian ini telah dilaksanakan. Kualitas pelayanan

front office (X) merupakan variabel bebas penelitian ini, sedangkan kepuasan tamu merupakan variabel terikat (Y).

Populasi penelitian ini yaitu jumlah tamu menginap di Harris Hotel and Conventions dari bulan Januari sampai Desember 2019. Penelitian ini memakai teknik *non-probability sampling*. Sampel penelitian ini sejumlah 40 orang, yang diperoleh melalui *accidental sampling*. Data primer penelitian ini berasal dari survei yang diberikan kepada tamu Harris Hotel & Conventions, sedangkan data sekunder berasal dari dokumen. Dokumentasi dan survei digunakan sebagai strategi pengumpulan data. Uji validitas dan reliabilitas, analisis korelasi sederhana, uji-t, analisis regresi berganda, dan analisis determinasi digunakan sebagai pendekatan analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Hasil uji validitas disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)

No	Variabel	Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
1	Tangibles	X1.1	0,479	0,312	Valid
		X1.2	0,467	0,312	Valid
		X1.3	0,521	0,312	Valid
2	Empathy	X2.1	0,419	0,312	Valid
		X2.2	0,575	0,312	Valid
		X2.3	0,417	0,312	Valid
		X2.4	0,542	0,312	Valid
3	Responsiveness	X3.1	0,370	0,312	Valid
		X3.2	0,508	0,312	Valid
		X3.3	0,485	0,312	Valid
4	Reliability	X4.1	0,506	0,312	Valid
		X4.2	0,706	0,312	Valid
		X4.3	0,406	0,312	Valid

		X4.4	0,63 5	0,31 2	Valid
5	Assurance	X5.1	0,49 9	0,31 2	Valid
		X5.2	0,60 8	0,31 2	Valid
		X5.3	0,58 5	0,31 2	Valid

Sumber: Data yang sudah di proses

Berdasarkan hasil di atas, terlihat jelas nilai r hitung untuk pertanyaan Kualitas Pelayanan menampilkan semua item r hitung > r tabel (0,312). r tabel yang telah dihitung menghasilkan nilai 0,312 yang diturunkan dari nilai r tabel untuk $N-2 = 40-2 = 38$ dengan taraf sig. 5%. Alhasil, pertanyaan tersebut valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Tamu (Y)

No	Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Kepuasan Tamu	Y1.1	0,829	0,312	Valid
		Y2.1	0,898	0,312	Valid
		Y3.1	0,819	0,312	Valid

Sumber: Data yang sudah di proses

Berdasarkan hasil di atas, terlihat jelas nilai r hitung untuk pertanyaan Kepuasan Tamu menampilkan semua item r hitung > r tabel (0,312). r tabel yang telah dihitung menghasilkan nilai 0,312 yang diturunkan dari nilai r tabel untuk $N-2 = 40-2 = 38$ dengan taraf sig. 5%. Sehingga, pertanyaan di atas bisa dianggap valid.

Uji Reliabilitas

Berikut merupakan hasil perhitungan uji reliabilitas:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Tangible	0,869	
2.	Empathy	0,783	
3.	Responsiveness	0,876	
4.	Reliability	0,828	

5.	Assurance	0,905	Reliabel
6.	Kepuasan Tamu	0,841	

Sumber: Data yang sudah di proses

Berdasarkan tabel di atas, uji reliabilitas menghasilkan nilai pada semua variabel > 0,60, menunjukkan data reliabel sesuai dengan persyaratan.

Analisis Korelasi Sederhana

Berdasarkan Tabel 4 menggunakan program SPSS 16.0 diperoleh hasil di bawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji Korelasi Sederhana (*Pearson Product Moment*)

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Tamu
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.721**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	40	40
Kepuasan Tamu	Pearson Correlation	.721**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	40	40

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

Sumber: Data yang sudah di proses

Koefisien korelasi $r = 0,721$; $p = 0,000$ ($p < 0,050$) berdasarkan hasil temuan uji hipotesis variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan tamu. Berikut ini adalah makna dari r akan ditafsirkan dalam tabel interpretasi r :

Hipotesis penelitian ini H_a diterima berdasarkan hasil analisis korelasi yaitu $r = 0,721$. Temuan ini memperlihatkan ada hubungan positif dan signifikan antara Kualitas Layanan dan Kepuasan Tamu, dengan Kualitas Layanan lebih tinggi menghasilkan Kepuasan Tamu lebih tinggi. Semakin rendah kualitas pelayanan, sebaliknya semakin rendah kepuasan tamu.

Menurut tabel interpretasi Sugiyono (2011) tentang koefisien korelasi, korelasi antara Kualitas Layanan dan Kepuasan Tamu adalah 0,721, yang berada dalam kisaran 0,60 hingga 0,799. Kaitan antara Kualitas Pelayanan Front Office dan Kepuasan Tamu adalah 'Kuat'.

Uji T

Berikut merupakan hasil perhitungan uji T:

Tabel 5. Uji T Indikator *Tangible*

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.322	2.809		.470	.641
	TANGIBLE	.819	.212	.532	3.870	.000

Dependent Variable: KEPUASAN TAMU

Sumber: Data yang sudah di proses

Karena Indikator *Tangible* memiliki nilai thitung 3,870 > ttabel = 2,024; taraf sig. 0,000 0,05 maknanya Ha diterima dan H0 ditolak, seperti terlihat pada tabel di atas. Sehingga kesimpulannya adalah indikator X1 (*Tangible/ Bukti Fisik*) mempengaruhi Kepuasan Tamu.

Tabel 6. Uji T Indikator *Empathy*

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.581	3.025		.523	.604
	EMPATHY	.607	.173	.494	3.506	.001

Dependent Variable: KEPUASAN TAMU

Sumber: Data yang sudah di proses

Karena Indikator *Empathy* memiliki nilai thitung 3,506 > ttabel = 2,024; taraf sig. 0,000 0,05 maknanya Ha diterima dan H0 ditolak, seperti terlihat pada tabel di atas. Sehingga kesimpulannya adalah indikator X2 (*Empathy/ Empati*) mempengaruhi Kepuasan Tamu.

Tabel 7. Uji T Indikator *Responsiveness*

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.410	3.091		.456	.651
	RESPONSIVENESS	.817	.234	.492	3.487	.001

Dependent Variable: KEPUASAN TAMU

Sumber: Data yang sudah di proses

Karena Indikator *Responsiveness* memiliki nilai thitung $3,487 > t_{tabel} = 2,024$; taraf sig. $0,000 < 0,05$ maknanya H_a diterima dan H_0 ditolak, seperti terlihat pada tabel di atas. Sehingga kesimpulannya adalah indikator X3 (*Responsiveness/ Daya Tanggap*) memepngaruhi Kepuasan Tamu.

Tabel 8. Uji T Indikator *Reliability*

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.379	2.866		-.132	.895
	RELIABILITY	.722	.165	.580	4.387	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN TAMU

Sumber: Data yang sudah di proses

Karena Indikator *Reliability* memiliki nilai thitung $4,387 > t_{tabel} = 2,024$; taraf sig. $0,000 < 0,05$ maknanya H_a diterima dan H_0 ditolak, seperti terlihat pada tabel di atas. Sehingga kesimpulannya adalah indikator X4 (*Kehandalan/ Reliability*) mempengaruhi Kepuasan Tamu.

Tabel 9. Uji T Indikator Assurance

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.727	2.891		.597	.554
	ASSURANCE	.784	.217	.506	3.620	.001

a. Dependent Variable: KEPUASAN TAMU

Sumber: Data yang diolah

Karena Indikator Assurance memiliki nilai thitung $3,620 > t_{tabel} = 2,024$; taraf sig. $0,000 < 0,05$ maknanya H_a diterima dan H_0 ditolak, seperti terlihat pada tabel di atas. Sehingga bisa disimpulkan indikator X5 (Jaminan/ Assurance) berpengaruh terhadap Kepuasan Tamu.

Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh variabel independen (Bukti Fisik, Daya Tanggap, Empati, Jaminan dan Keandalan) terhadap variabel dependen (Kepuasan Tamu) melalui analisis regresi linier berganda ditunjukkan tabel berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.106	.152		.700	.488
	Reliability	1.024	.061	.939	16.873	.000
2	(Constant)	-.076	.128		-.598	.554
	Reliability	.750	.076	.688	9.864	.000
	Responsiveness	.321	.068	.327	4.691	.000

3	(Constant)	-.253	.137		-1.839	.074
	Reliability (X4)	.586	.095	.538	6.155	.000
	Responsiv enes s (X3)	.260	.068	.265	3.826	.000
	Empathy (X2)	.266	.103	.228	2.570	.014

Sumber: Data yang sudah di proses

Sesuai dengan hasil di atas, formulas regresi linier sederhana yakni:

$$Y = -0,253 + 0,586 X4 \text{ (Reliability)} + 0,260 X3 \text{ (Responsiveness)} + 0,266 X2 \text{ (Empathy)} + e$$

Berdasarkan hasil persamaan ini, dapat dijelaskan bahwa pengaruh variabel X terhadap Y yaitu sebagai Berikut:

Nilai konstanta menunjukkan -0,253, nilai tersebut menunjukkan jika variabel Kualitas Pelayanan apabila dianggap konstan (0), sehingga Kepuasan Tamu menunjukkan -0,253.

Koefisien regresi variabel *Empathy* (x2) menunjukkan 0,266. Nilai tersebut menunjukkan masing-masing kenaikan *Empathy* sebesar 1% akan menaikkan *Kepuasan Tamu* yaitu 0,266 %.

Koefisien regresi variabel *Responsiveness* (x3) menunjukkan 0,260. Nilai tersebut menunjukkan setiap kenaikan *Responsiveness* 1% maka *Kepuasan Tamu* naik 0,260 %.

Koefisien regresi variabel *Reliability* (x4) menunjukkan 0,586. Nilai tersebut menunjukkan setiap kenaikan *Tangible* 1%, maka *Kepuasan Tamu* naik 0,586 %.

Sesuai dengan nilai signifikansi, dari tabel di atas diketahui nilai sig. yaitu $0,000 < 0,005$, sehingga kesimpulannya Variabel X2 (*Empathy*), X3 (*Responsiveness*), X4 (*Reliability*) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Analisis Determinasi

Tujuan dari analisis ini ialah melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Tabel 11 menunjukkan hasil analisis data:

Tabel 11. Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 ^a	.520	.507	1.30659

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

Sumber: Data yang sudah di proses

Berdasarkan hasil koefisien determinasi, diketahui R Square menunjukkan 0,520. Hasil perhitungan berdasarkan rumus analisis determinasi, $D = 0,520 \times 100\% = 52,0\%$. Statistik ini menunjukkan bahwa variabel independen (Kualitas Layanan) dapat menjelaskan 52,0 persen perubahan variabel dependen (Kepuasan Tamu), sedangkan sisanya 48,0 persen dijelaskan oleh variabel di luar model regresi. Hal tersebut memperlihatkan variabel bebas (X) kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 52,0 persen terhadap variabel terikat (Y) kepuasan tamu, sisanya dipengaruhi faktor lainnya.

PEMBAHASAN

Sesuai dengan analisis regresi berganda, variabel kualitas pelayanan (X) mempengaruhi variabel kepuasan tamu (Y). Selain itu, peneliti melakukan uji-T masing-masing indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu, dengan hasil sebagai berikut: Nilai t.hitung 3,870 > t.tabel 2,024, dengan taraf signifikansi (sig.) $0,000 < 0,05$. Akibatnya, bukti fisik memiliki dampak positif pada kepuasan tamu. Semakin tinggi kepuasan tamu, semakin baik persepsi tamu terhadap bukti fisik; di sisi lain, semakin rendah kepuasan tamu, semakin buruk persepsi tamu tentang bukti fisik.

Indikator Empati memiliki nilai t.hitung 3,506 > t.tabel 2,024 dan tingkat sig. $0,001 < 0,05$. Akibatnya, empati berdampak positif pada kepuasan tamu hotel. Kepuasan tamu akan meningkat jika persepsi tamu terhadap kepedulian pelayanan hotel meningkat. Dan jika tamu memiliki persepsi negatif terhadap kepedulian pelayanan hotel, maka kepuasan tamu akan terganggu.

Indikator daya tanggap memiliki nilai thitung = 3,487 > ttabel = 2,024; tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Indikator reliabilitas memiliki nilai t hitung 4,387 > t tabel 2,024 dan tingkat sig. $0,0000,005$. Akibatnya, daya tanggap dan kehandalan memiliki hubungan positif dengan kepuasan tamu. Semakin tinggi kepuasan tamu, semakin baik persepsi respon hotel.

Kepuasan tamu akan semakin rendah jika tamu mempersepsikan pelayanan kurang tanggap dan tidak handal.

Indikator assurance menunjukkan $t_{hitung} = 3,620 > t_{tabel} = 2,024$; tingkat signifikansi 0,001 0,005. Adanya jaminan hotel menciptakan rasa aman dan menghilangkan keraguan dalam melakukan check in. Semakin tinggi kepuasan tamu maka semakin baik persepsi tamu terhadap jaminan yang diberikan, begitu pula sebaliknya semakin rendah kepuasan tamu, jika persepsi tamu tersebut buruk terhadap jaminan yang diberikan oleh pihak hotel.

Semua indikator kualitas pelayanan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ berdasarkan data tersebut. Menurut kriteria uji T, jika $t_{tabel} > t_{hitung}$, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasilnya, Indikator Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Tamu (Y).

Penegasan ini didukung oleh penelitian Samsidar (2017) berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Layanan Hotel Denpasar Makassar". Hasil analisis menunjukkan bahwa uji-t dilakukan berdasarkan pengajuan hipotesis, dan hasil olah data SPSS diketahui nilai $t_{hitung} 6,976$; Sig 0,000, kemudian taraf signifikansi model penelitian, dan akhirnya menggrasiokan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} . Nilai t_{hitung} untuk derajat kesalahan 5% (= 0,05) dan $df (n-k = 80-2 = 78)$ yaitu 1,923 artinya $t_{hitung} (6,976) > t_{tabel} 1,923$, dengan demikian variabel X mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Akibatnya, dapat dinyatakan kualitas layanan (*tangible, realibility, assurance, responsiviness, emphaty*) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil pengujian analisis, koefisien determinasi diketahui dengan nilai R^2 yaitu 0,520 artinya variabel bebas (X) adalah kualitas pelayanan memiliki 52,0 persen berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) yaitu kepuasan tamu, selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga, lokasi, fasilitas, dan sebagainya. Hasil uji analisis korelasi sederhana memperlihatkan korelasi yang 'Kuat' antara variabel bebas (X) kualitas pelayanan dengan variabel terikat (Y).

Adanya pelayanan Front Office Department yang baik dari Harris Hotel & Conventions Denpasar akan meningkatkan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh tamu hotel, menurut penelitian ini. Semakin tinggi tingkat kepuasan tamu hotel (yang dapat diukur dari seberapa mudah memenuhi kebutuhan dan keinginan tamu hotel, dan seberapa baik respon hotel tersebut), maka semakin berhasil (memuaskan) pelayanan yang diberikan, dan kemungkinan besar mereka akan menciptakan kesan positif. dapat memperoleh kepercayaan atau penggunaan ulang layanan dari tamu hotel.

Penelitian sebelumnya yang lain oleh Salude (2015) bertujuan untuk mengetahui “Kualitas Pelayanan Front Office terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Grand Inna Kuta”. Hasil penelitiannya menunjukkan dari total 75 responden menurut hitungan tingkat kepuasan tamu pengguna jasa Hotel Grand Inna Kuta diperoleh dari rata-rata taraf kesesuaian dibagi dengan 15 faktor yang mempengaruhi pelayanan. kualitas, adapun tingkat kesesuaian adalah skor rata-rata tingkat pelaksanaan dan skor rata-rata tingkat kepentingan menunjukkan 85,71 persen, yang maknanya tamu merasakan kepuasan dengan pelayanan yang diberikan.

SIMPULAN

Sesuai pembahasan di atas, maka kesimpulannya adalah, 1) Hasil uji analisis regresi berganda menunjukkan bahwa hanya variabel Empathy, Responsiveness, dan Reliability yang mempengaruhi variabel kepuasan tamu. 2) Variabel bebas adalah kualitas pelayanan (Bukti Fisik, Empati, Ketanggapan, Keandalan, dan Jaminan) yang berpengaruh sebesar 52,0 persen terhadap variabel terikat yaitu kepuasan tamu, selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain, dan 3) hubungan antara variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (Bukti Fisik, Empati, Daya Tanggap, Keandalan, dan Jaminan), dan variabel terikat yaitu kepuasan tamu kuat.

Rekomendasi yang diberikan yaitu, 1) manajemen Harris Hotel & Conventions Denpasar agar dapat memberikan pembekalan dan pelatihan kepada staff kantor depan untuk dapat menjaga dan meningkatkan keterampilan, komunikasi dan pelayanan secara optimal serta menerapkan kualitas pelayanan sesuai SOP yang berlaku di situasi apapun sehingga mempertahankan situasi kenyamanan yang dirasakan oleh tamu dengan pelayanan yang diberikan, dan Harris Hotel & Conventions Denpasar untuk dapat meningkatkan daya Tarik pengunjung dengan memberikan pelayanan yang konsisten setiap berhadapan dengan tamu dan terus melayani dengan cekatan, ramah tamah dan senyuman.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagyono, & Sambodo, A. (2006). *Dasar Dasar Kantor Depan Hotel*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- David, Fred, R. (2011). *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*, Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Hurriyanti, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

- Ismail, Putra, 2013. *Statistika II Model Statistika Komputasi STPBI dan SPB Denpasar*. Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional : Denpasar.
- Kotler,P. (2002). *Manajemen Pemasaran, edisi Millenium*, terjemahan Hendra Teguh, dan Ronny A. Rusli. Jakarta: Prenhallindo.
- Mefri, H. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Front Office terhadap Kepuasan Tamu di Hotel The Axana Padang. Padang.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research*. The Journal of Marketing, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). Servqural: A Multiple-Item scale for measuring Consumer Perception of Service Quality. Journal of Retailing.
- Salude, C. A. (2015). Analisis Kualitas Pelayanan Front Office Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Grand Inna Kuta. Denpasar.
- Sambas, A. M. (2011). *Panduan Praktis Memahami Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Samsidar. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Hotel Denpasar Makassar. Makassar.
- Sugiarto. (2002). *Psikologi Pelayanan Dalam Industri jasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran. Edisi ke dua*. Yogyakarta: Andi.
- Yamit, Z. (2005). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa Edisi I cetakan 4*. Yogyakarta: Ekanisa.s.