

ANALISIS VARIABEL *TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE, EMPATHY* PADA DEPARTEMEN *FRONT OFFICE* GUNA PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN Di HARRIS HOTEL DENPASAR

¹Made Arya Astina, ²I Wayan Kiki Sanjaya, ³I Ketut Muliadisa, ⁴Asmawih, ⁵Mita Purnamasari

^{1,2,3}Institute Pariwisata dan Bisnis Internasional ^{4,5}Politeknik Sahid

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kepuasan tamu di Harris Hotel terhadap kualitas pelayanan yang diterapkan oleh pihak *Front Office* serta untuk mengetahui tingkat pelayanan yang sudah diberikan kepada konsumen. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melakukan dokumentasi dan juga penyebaran kuisioner dengan 20 butir pertanyaan kepada 40 orang responden yaitu tamu yang menginap di Harris Hotel Denpasar dengan menggunakan teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling (accidental sampling)*. Pengumpulan data menggunakan angket berdasarkan Skala Likert yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Uji T yang berdasarkan hasil analisis data diperoleh adanya penguatan variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* yang terkait sangat erat dengan kepuasan pelayanan di kantor depan Harris Denpasar, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Kepuasan Tamu, Kantor Depan, Perhotelan

Abstract

This research aims to analyze guest satisfaction at Harris Hotel Denpasar on the quality of service applied by the *Front Office* to find out the level of service provided to consumers. The data collection technique used is documentation and spread questionnaires with 20 questions to 40 respondents, namely guests staying at Harris Hotel. Data collection uses questionnaires based on the Likert Scale that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used in this study is a T assessment. Based on the results of the data analysis obtained, a customer satisfaction variable significantly on *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*, and the remaining is influenced by other factors.

Keywords: Quality of service, Guest Satisfaction, Front Office

Pendahuluan

Penelitian ini berupaya untuk menganalisis fenomena kepuasan tamu yang menginap di Hotel Harris Denpasar yang belum pernah dilakukan penelitian sejenis sebelumnya. Dalam upaya mencari indikator-indikator yang mempengaruhi kepuasan wisatawan, perlu dilakukan penelitian terkait ini, terlebih Bali sebagai etalase pariwisata harus terus berbenah dalam industri kepariwisataan, utamanya industri perhotelan yang kian berkompetisi mencari konsumen. Disinilah urgensi penelitian ini manakala usaha akomodasi tidak lepas dari peran departemen kunci yakni, kantor depan (*Front Office*) sebagai garda terdepan memuaskan para tamu yang menginap.

Membahas lebih jauh tentang *Front Office*, di dalam sebuah usaha akomodasi atau hotel, terdapat bagian-bagian yang memiliki tugas dan fungsinya masing-masing dan salah satunya adalah *Front Office department*. Menurut Sihite (2013:02) *Front Office department* merupakan salah satu bagian terpenting yang mutlak harus ada pada sebuah organisasi Hotel. *Front Office* umumnya berlokasi di bagian depan hotel dengan tujuan agar mudah dilihat oleh para pengunjung. *Front Office* memiliki beberapa fungsi antara lain menerima dan menangani pemesanan kamar, menangani kedatangan dan keberangkatan tamu, melaksanakan pencatatan tamu, menyediakan informasi layanan hotel, menangani pembayaran, melayani sistem komunikasi yang baik berupa surat, email dan telephone.

¹Email Address: kikisanjayabali@gmail.com

Received 21 MAret 2023, Available Online 31 Juli 2023

Kualitas pelayanan *Front Office* (FO) di hotel sangat penting karena berperan sebagai wakil utama hotel dan merupakan titik pertama interaksi dengan tamu. *Front Office* adalah titik awal interaksi langsung dengan tamu. Pertama impresi yang positif akan meningkatkan persepsi tamu terhadap seluruh pengalaman mereka di hotel. Jika tamu diterima dengan ramah dan profesional, mereka akan cenderung memiliki pandangan yang lebih baik tentang hotel dan cenderung merekomendasikan kepada orang lain. Kualitas pelayanan *Front Office* yang baik dapat membantu membangun hubungan baik dengan tamu. Ketika tamu merasa dihargai dan diperhatikan, mereka lebih mungkin untuk kembali menginap di hotel yang sama di masa depan. Loyalitas tamu adalah kunci keberhasilan bisnis hotel jangka panjang.

Urgensi dari penelitian ini adalah melakukan suatu analisis mendalam dan fokus tentang kualitas pelayanan para karyawan di kantor depan tersebut merujuk pada dua hal. Pertama, adanya harapan teoritis tentang kantor depan yang sudah dipaparkan sebelumnya terkait arti penting dari pelayanan kantor depan. Kedua, Hotel Harris adalah hotel terkemuka di Denpasar yang menurut informasi tahap awal dari pihak manajemen kantor depan yang tidak mau disebutkan namanya, belum memiliki dan pernah diteliti terkait survey kepuasan terhadap pelayanan mereka. Pendeknya, hanya dari review-review *online booking* saja yang tidak dianalisis secara mendalam. Oleh karena itu, dirumuskan dua pokok permasalahan, yaitu: 1) Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan Departemen *Front Office* terhadap kepuasan tamu di Harris Hotel. 2) Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan Departemen *Front Office* terhadap kepuasan tamu di Harris Hotel.

Tinjauan Pustaka

Adapun terkait dengan teori teori yang berkaitan dengan penelitian yakni: pengertian pelayanan, pengertian dimensi kualitas pelayanan, pengertian *Front Office*.

Pelayanan

Menurut Kotler (1994) dalam Tjiptono (1996) mengemukakan definisi pelayanan atau jasa sebagai berikut: Pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak terhadap pihak lain, yang pada dasarnya *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan fisik maupun tidak.

Kualitas Pelayanan atau Jasa

Parasuraman (1988) mengemukakan “Ada 2 (dua) faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima (*perceived service*)”. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi yaitu: kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut Wyckof dalam Tjiptono (1996), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat-tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Maksudnya adalah dalam memenuhi kualitas jasa terdapat beberapa tingkat keunggulan yang dikendalikan untuk memenuhi keinginan dan harapan pelanggan

Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan atau Jasa

Kepuasan pelanggan menurut Setiyawati (2009:12) merupakan, “Suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut”. Hal-hal yang menjadi penentu kepuasan pelanggan terlihat dari lima indikator kepuasan pelanggan yaitu tercapainya harapan/tujuan pelanggan datang ke hotel, terpenuhinya kebutuhan pelanggan, tercapainya keinginan pelanggan, adanya keinginan untuk memakai produk/jasa itu kembali, dan adanya keinginan untuk merekomendasikan barang dan jasa hotel kepada orang lain.

Lehtinen (1982) dalam Tjiptono (1996) mengemukakan dua dimensi kualitas jasa, yaitu *process quality* (yang dievaluasi pelanggan selama jasa diberikan) dan *output process quality* (yang dievaluasi setelah jasa diberikan). Selain itu mereka juga membedakan antara *physical quality* (berhubungan dengan produk dan pendukungnya), *Interactive quality* (berkaitan dengan hubungan antara pelanggan dan perusahaan jasa), dan *Corporate quality* (berhubungan dengan citra perusahaan). Grongross (1983) dalam Tjiptono (1996) mengemukakan tiga dimensi kualitas jasa yang hampir serupa, yaitu *technical quality* (berkaitan dengan apa yang diterima oleh pelanggan), (berkaitan dengan cara jasa diberikan), *Corporate quality* (berhubungan dengan citra perusahaan).

Mengukur kualitas jasa berarti mengevaluasi/ membandingkan kinerja suatu jasa dengan seperangkat standar yang telah diterapkan terlebih dahulu. Untuk model pengukuran Parasuraman dan Kawan-Kawan dalam Fandy Tjiptono (1996), telah dibuat skala multi-item yang diberi nama SERVQUAL. Alat ini dimaksudkan untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, atau kesenjangan yang ada di model kualitas jasa. Pengukuran dapat dilakukan dengan skala *likert* maupun *semantic differensial*, dimana responden tinggal memilih derajat kesetujuan atau ketidaksetujuannya atas pernyataan mengenai penyampaian kualitas jasa.

Pengertian Front Office

Menurut Tarmoezi dalam Rumekso (2001) Kantor depan merupakan departemen yang bertanggung jawab atas penjualan kamar Hotel berdasarkan cara yang sistematis melalui reservasi hingga penyerahan kamar kepada para tamu Hotel selama mereka berada dan menginap di Hotel. *Front Office Departement* merupakan departemen yang terletak dibagian Hotel yang menjadi sumber informasi bagi tamu mengenai seluruh keadaan Hotel. Selain sebagai sumber informasi, *Front Office Departement* juga sebagai tempat tamu untuk menyampaikan keluhan-keluhannya Bagyono (2006:21)

Metode Penelitian

Penelitian pada hakekanya adalah penelitian kuantitatif. Hasil perhitungan survey selanjutnya dianalisis dengan menggunakan software SPSS guna mendapatkan adanya korelasi

Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada Harris Hotel Denpasar, yang terletak di Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Maret – Mei 2022. Data penjualan atau *sales history* digunakan untuk dianalisis pada periode tiga bulan sebelumnya, yaitu dari awal bulan Januari 2023 hingga akhir maret 2023.

Populasi dan Sampling

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini, populasi merupakan seluruh jumlah tamu yang menginap di Harris Hotel pada periode dari awal bulan Januari 2023 hingga akhir maret 2023 menggunakan teknik sampel *accidental* yang dimana *sampling accidental*. Sebagai informasi ini adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Sebagai catatan, teknik ini digunakan karena topik yang diteliti tidak menerapkan kriteria khusus atau rumit tentang sampel, informasi yang diperlukan bisa didapat dengan mudah dan sampel yang dipilih mayoritas karena tamu tersebut menginap dan berada di lokasi saat dibutuhkan. Dalam penelitian ini melalui *sampling accidental*, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 orang.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian ini didapatkan dari penyebaran kuisioner kepada 40 orang dengan menggunakan metode *accidental sampling* ke sebagian tamu yang menginap di Harris Hotel Denpasar. Peneliti menggunakan metode *accidental sampling* dengan tujuan untuk efisiensi waktu, tenaga dan juga biaya.

Karakteristik Responden

Dari data yang diperoleh dari hasil kuisioner yang berjumlah 40 responden, peneliti mendapat karakteristik responden yang bervariasi. Karakteristik responden dari penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan dan domisili. Berikut merupakan pembahasan dari masing-masing karakteristik responden:

Jenis Kelamin

Komposisi wisatawan di Harris Hotel berdasarkan jenis kelamin yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	
	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	23	57.5%
Perempuan	17	42.5%
Total	40	100%

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan Tabel 4.1, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa dari 40 orang responden, responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu 23 responden (57.5%). Sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu 17 responden (42.5%). Hal ini menunjukkan bahwa tamu yang menginap di Harris Hotel Denpasar pada periode Januari – Desember 2019 lebih didominasi oleh tamu laki laki.

Profesi

Komposisi wisatawan di Harris Hotel Denpasar berdasarkan Profesi/Pekerjaan yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi

Profesi	Responden	
	Jumlah	Presentase
Pelajar	5	12.5%
PNS	6	15%
Wiraswasta	4	10%
Pegawai Swasta	22	55%
Lainnya	3	7.5%
Total	40	100%

Sumber: Data Yang Diolah

Berdasarkan Tabel 4.2, karakteristik responden berdasarkan profesi didominasi oleh Pegawai Swasta sebanyak 22 responden (55%). Hal ini menunjukkan bahwa memang Harris Hotel Denpasar menjadi pilihan bagi kalangan pekerja swasta untuk di jadikan tempat menginap dan mengadakan pertemuan bisnis.

Usia

Komposisi wisatawan di Harris Hotel Denpasar berdasarkan Rentan usia yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Rentan Usia

Rentan Usia	Responden	
	Jumlah	Presentase
Dibawah 25 Tahun	11	27.5%
25 – 35 Tahun	10	25%
36 – 45 Tahun	12	30%
Diatas 45Tahun	7	17.5%
Total	40	100%

Sumber: Data Yang Diolah

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, presentase jumlah tamu dengan rentan usia dibawah 25 tahun mendominasi dengan jumlah 15 orang (37.5%) namun jumlah presentasi tamu dengan rentan usia diatas umur 25 tahun jauh lebih banyak yaitu 25 - 35 tahun dengan jumlah 6 orang (15%), 36 – 45 tahun sejumlah 12 orang (30%), dan dengan rentan usia diatas 45 tahun sebanyak 7 orang (17.5%). Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan tamu yang berkunjung didominasi oleh orang dewasa. Faktor usia yang berbeda-beda akan berpengaruh pada hasil karena mempunyai sudut pandang yang berbeda-beda.

Domisili

Komposisi wisatawan di Harris Hotel Denpasar berdasarkan Domisili yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Responden	
	Jumlah	Presentase
Pulau Bali	23	57.5%
Luar Pulau Bali	15	37.5%
Lainnya	2	5%
Total	40	100%

Sumber: Data Yang Diolah

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, jumlah responden yang menginap dari Pulau Bali terdapat sebanyak 23 orang (57.5%). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat lokal cukup tertarik untuk menginap maupun mengadakan meeting di Harris Hotel Denpasar ini karena letaknya yang cukup strategis yaitu di Jalan Cokroaminoto Denpasar membuatnya mudah diakses. Setelah semua data tersebut didapat selanjutnya dilakukan analisis Uji T yang berguna untuk mengetahui tinggi-rendahnya dan arah hubungan antara variabel kualitas pelayanan X bebas (Bukti Fisik, Empati, Daya Tanggap, Kehandalan, dan Jaminan) dengan variabel kepuasan tamu. Berdasarkan Tabel 4.8 dengan bantuan program SPSS 16.0 didapatkan hasil sebagai Berikut:

4.10. 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

a. Dependent Variable: KEPUASAN TAMU

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa Indikator *Tangible* mempunyai nilai t-hitung = 3,870 > t-tabel = 2,024 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka **H₀ ditolak dan H_a diterima**. Sehingga disimpulkan bahwa indikator X₁ (Bukti Fisik/*Tangible*) berpengaruh terhadap Kepuasan Tamu.

Tabel 4.11. Uji T Indikator *Empathy*

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

a. Dependent Variable: KEPUASAN TAMU

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa Indikator *Empathy* mempunyai nilai t-hitung = 3,506 > t-tabel = 2,024 dengan tingkat signifikan sebesar $0,001 < 0,05$, maka **H₀ ditolak dan H_a diterima**. Sehingga disimpulkan bahwa indikator X₂ (Empati/*Empathy*) berpengaruh terhadap Kepuasan Tamu.

Tabel 4.12. Uji T Indikator *Responsiveness*

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

a. Dependent Variable: KEPUASAN TAMU

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa Indikator *Responsiveness* mempunyai nilai t-hitung = 3,487 > t-tabel = 2,024 dengan tingkat signifikan sebesar $0,001 < 0,005$, maka **H₀ ditolak dan H_a diterima**. Sehingga disimpulkan bahwa indikator X₃ (Daya Tanggap/ *Responsiveness*) berpengaruh terhadap Kepuasan Tamu.

Tabel 4.13. Uji T Indikator *Reliability*

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

a. Dependent Variable: KEPUASAN TAMU

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa Indikator *Reliability* mempunyai nilai t-hitung = 4,387 > t-tabel = 2,024 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,005$, maka **H₀ ditolak dan H_a diterima**. Sehingga disimpulkan bahwa indikator X₄ (Kehandalan/ *Reliability*) berpengaruh terhadap Kepuasan Tamu.

Tabel 4.14. Uji T Indikator Assurance

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

a. Dependent Variable: KEPUASAN TAMU

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa Indikator Assurance mempunyai nilai t-hitung = 3,620 > t-tabel = 2,024 dengan tingkat signifikan sebesar 0,001 < 0,005, maka **H₀ ditolak dan H_a diterima**. Sehingga disimpulkan bahwa indikator X₅ (Jaminan/ Assurance) berpengaruh terhadap Kepuasan Tamu.

Kesimpulan

Berdasarkan Uji T dari masing-masing indikator kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu didapatkan hasil sebagai berikut: Indikator *Tangible* mempunyai nilai t-hitung = 3,870 > t-tabel = 2,024 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga bukti fisik memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan tamu. Semakin baik persepsi tamu terhadap bukti fisik, maka kepuasan tamu juga akan semakin tinggi, sebaliknya jika persepsi tamu terhadap bukti fisik buruk, maka kepuasan tamu juga akan semakin rendah.

Masing-masing indikator memiliki penilaian sebagai berikut.

1. Indikator *Empathy* mempunyai nilai t-hitung = 3,506 > t-tabel = 2,024 dengan tingkat signifikan sebesar 0,001 < 0,05. Maka Empati juga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan tamu hotel.
2. Indikator *Responsiveness* mempunyai nilai t-hitung = 3,487 > t-tabel = 2,024 dengan tingkat signifikan sebesar 0,001 < 0,005. Indikator *Reliability* mempunyai nilai t-hitung = 4,387 > t-tabel = 2,024 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 < 0,005. Sehingga daya tanggap juga memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan tamu. Semakin baik persepsi tamu pada daya tanggap pihak hotel, maka kepuasan tamu juga akan semakin tinggi.
3. Indikator Assurance mempunyai nilai t-hitung = 3,620 > t-tabel = 2,024 dengan tingkat signifikan sebesar 0,001 < 0,005. Adanya jaminan dari suatu hotel, maka akan menciptakan rasa aman tanpa ada rasa ragu untuk melakukan *check in*. Semakin baik persepsi tamu terhadap jaminan yang diberikan, maka kepuasan tamu juga akan semakin tinggi, begitu pula sebaliknya jika persepsi tamu yang buruk, maka kepuasan tamu juga akan semakin rendah.
4. Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Samsidar (2019) yang mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Hotel Denpasar Makassar”. hasil analisis tersebut bahwa berdasarkan hipotesis yang diajukan ajukan maka dilakukan uji t dan diperoleh output SPSS tersebut menunjukkan nilai t hitung sebesar 6,976 dengan Sig 0,000 selanjutnya tingkat signifikansi model penelitian, maka nilai t hitung dibandingkan dengan nilai t tabel. Nilai t hitung untuk derajat kesalahan 5% ($\alpha=0,05$) dan df ($n-k=80-2=78$) adalah sebesar 1.923 yang berarti bahwa t hitung (6,976) lebih besar dari t tabel 1,923 sehingga pengaruh variabel X terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa “kualitas layanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

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.
- Google Maps. (2020). Diakses dari <https://www.google.com/maps/>. Diakses pada tanggal 22 September 2020.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Undip.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurriyanti, R. (2005). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- 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.
- Pantiyasa, I. W. (2013). *Metodologi Penelitian*. Bali: STPBI.
- 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). *Servqual: A Multiple-Item scale for measuring Consumer Perception of Service Quality*. *Journal of Retailing*.
- Saifudin, A. (1986). *Validitas dan Reliabilitas*. Jakarta: Rineka Cipta.
- 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. (2019). *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.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D)*. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Supranto. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- 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.