

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *FRONT OFFICE DEPARTMENT* TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL PARDEDE *INTERNATIONAL* MEDAN

Vera Kristina Hutagalung, S.Pd., M.Pd

NIDN : 0106027501

Email: verakristina602@gmail.com

Dosen Program Studi Perhotelan Politeknik MBP Medan

ABSTRAK

Industri pariwisata memiliki pengaruh yang sangat besar dalam memberikan pendapatan paling besar terhadap suatu Negara. Kemajuan yang amat pesat di bidang industri dan telekomunikasi disertai dengan perkembangan ekonomi sejumlah negara, menyebabkan orang memiliki keinginan berwisata dari satu tempat ke tempat yang lain. Perkembangan dan kemajuan industri pariwisata tidak terlepas dari kemampuan sumber daya manusia yang mendukung dalam pengelolaannya yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan terbaik kepada tamu. Hal ini memacu pariwisata di Indonesia untuk meningkatkan pelayanan yang baik bagi para wisatawan. Namun masih sering ditemukan keluhan tamu akibat kualitas pelayanan sumber daya manusia yang tidak siap melayani sehingga mengakibatkan tamu kurang puas. Penelitian ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan di Front Office department terhadap kepuasan tamu selama menginap di hotel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik oleh Front Office staf di hotel berpengaruh terhadap kepuasan tamu selama menginap. Selain itu memberikan pengetahuan dan pelatihan kepada pegawai hotel tentang pelayanan yang baik merupakan hal yang penting demi tercapainya kepuasan pelanggan/tamu hotel tersebut.

Kata kunci: *pelayanan, front office, kepuasan tamu*

I. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu industri yang mendukung pertumbuhan ekonomi suatu negara, dari tahun ke tahun. Kemajuan yang amat pesat di bidang industri dan telekomunikasi disertai dengan perkembangan ekonomi sejumlah negara, menyebabkan orang memiliki keinginan berwisata dari satu tempat ke tempat yang lain. Hal ini memacu industri pariwisata di Indonesia untuk meningkatkan pelayanan yang baik bagi para wisatawan. Hotel Pardede *International* Medan sebagai salah satu hotel bintang 3 yang terletak di Jl. Ir. H. Juanda No.14, Suka Damai, Kec. Medan Polonia, Kota Medan, Sumatera Utara 20157 dengan jumlah kamar sebanyak 117 kamar yang dilengkapi oleh AC, TV *colour*, dan parabola, selain itu juga hotel tersebut menyediakan kolam renang, restaurant, *coffe shop*, Dengan demikian sebagai sebuah bisnis perhotelan yang cukup eksis di Medan dengan lokasi yang dekat dengan pusat kota dan fasilitas yang dimiliki cukup memadai tentu harus senantiasa menjaga kualitas pelayanan agar pelanggan merasa nyaman dan puas saat menginap. Hotel Pardede *International*

Medan memiliki beberapa *department* yakni, *Housekeeping, Food and Beverage, Kitchen*, dan salah satunya ialah *front office department*. *Front Office Department* tidak hanya bertanggung jawab dalam penerimaan tamu dan registrasi, tetapi dalam semua kegiatan yang menyangkut kepentingan tamu hotel, mulai dari proses pemesanan kamar, penyambutan saat tamu datang, selama menginap, serta proses di saat tamu akan meninggalkan hotel. Oleh karena itu *Front Office Department* mempunyai peranan penting dalam operasional sebuah hotel.

Berikut dapat dilihat data penjualan kamar yang dihuni oleh tamu pada tahun 2019-2021 pada Hotel Pardede *International* Medan pada Tabel 1.1.

Tabel 1 *Occupancy* Kamar pada Hotel Pardede *International* Medan Periode 2019 – 2021

Tahun	Room Sold Out	Occupancy
2019	13.237	36,26
2020	3.551	34,36
2021	7.027	58,28

Sumber : Hotel Pardede *International* Medan (2022)

Berdasarkan pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pada periode tahun 2019 hingga 2021,

jumlah tamu yang menginap cenderung mengalami penurunan. Hal ini terjadi karena masuknya virus *Covid-19* di Indonesia, akan tetapi berbeda pada tahun 2021 dimana tingkat hunian kamar mengalami kenaikan. Namun kenaikan yang terjadi tidak signifikan dalam jumlah dari tahun-tahun sebelumnya karena perhatian terhadap pelayanan yang berkualitas harus terus ditingkatkan. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi yaitu: kehandalan fisik (*tangibles*) dimensi tersebut sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan untuk dapat eksis di tengah ketatnya persaingan dalam industri. Menurut Sugiarto (Prastono dan Pradapa 2012:15) “Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.” Selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah sehingga kualitas produk juga harus berubah atau disesuaikan.

Indrasari (2019:57) “Pelayanan (*customer service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.” Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa “pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang)”.

Pelayanan memainkan peranan yang sangat penting karena merupakan aktivitas pendukung dalam kegiatan perusahaan. Kualitas Pelayanan merupakan perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Dalam bisnis jasa, kualitas pelayanan menjadi kunci keberhasilan perusahaan. Menurut Tjiptono (Indrasari, 2019 : 65) ada lima dimensi atau lima faktor utama kualitas pelayanan yang digunakan konsumen untuk menilai atau menentukan kualitas pelayanan. Kelima dimensi tersebut adalah sebagai berikut : a) Keandalan (*Reability*), yakni kemampuan seseorang dalam memberikan layanan yang dijan-

jukan dengan segera, akurat, dan memuaskan, b) Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, c) Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-rugan, d) Empati (*Emphaty*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

Lima dimensi pengukur kualitas jasa adalah suatu item ringkas dengan realibilitas dan validitas tinggi, yang dapat digunakan untuk memahami persepsi dan harapan kualitas pelayanan dari konsumen, dan sebagai hasilnya dapat digunakan untuk merancang peningkatan kualitas pelayanan. Dengan memandang kualitas pelayanan jasa dari berbagai dimensi tersebut dapat memudahkan perusahaan, khususnya yang bergerak dibidang jasa untuk memonitor seberapa baik kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan kepada tamu ataupun pelanggan.

B. Kepuasan Tamu

Kepuasan pelanggan dijelaskan oleh Widiasuri dan Hyacintha (Prakoso, dkk (2020:263) “yaitu tanggapan emosional hasil evaluasi konsumen atas konsumsi produk atau jasa.” Menurut Umar (Indrasari 2019:82) “Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya.”

Konsumen yang puas terhadap produk atau jasa pelayanan akan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul dikemudian hari. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (Indrasari 2019:90 “kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.” Pengertian lain dari kepuasan adalah “Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah perbandingan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya” Kotler (Wahab 2017 : 57). Menurut Nasution, 2005 (Nugraha 2020:98) mengatakan bahwa “kepuasan konsumen sangat bergantung kepada persepsi dan harapan konsumen. Adapun faktor-

faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen antaralain ; a) Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen produk, b) Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya, c) Pengalaman dari teman-teman.

Kepuasan pelanggan merupakan prioritas paling utama dalam perusahaan, maka perusahaan harus memiliki fokus pada pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan ditentukan oleh lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan, Ada beebrepa hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu ; (1) Kualitas produk, konsumen akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas; (2) Kualitas pelayanan, konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan; (3) Emosional, konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia, bila menggunakan produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi; (4) Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya; (5) Biaya, konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau yang tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung puas akan produk tersebut. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, setiap konsumen memiliki pendapat yang berbeda-beda terhadap kualitas pelayanan yang telah dirasakan selain itu juga memiliki tingkat

persepsi harga terhadap produk yang berbeda pula dan juga lokasi namun pada dasarnya hanya ingin mendapatkan sebuah produk yang berkualitas. Keputusan pembelian konsumen merupakan proses bertahap, terhadap keterlibatan konsumen dan banyak dipengaruhi oleh variabel-variabel tertentu.

Menurut Katemung (Steven : 2021) “Mutu pelayanan ialah aspek esensial dimana perlu perindustrian perhatikan penyedia jasa. Pelayanan berkualitas berfokus untuk memenuhi kehendakan dan keperluan konsumen disertai dengan akurasi dalam pelayanannya agar sesuai dengan harapan.” Peningkatan pelayanan kini merupakan salah satu faktor penting dalam memenangkan persaingan. Dimana dengan adanya peningkatan pelayanan diharapkan dapat menciptakan keunggulan bersaing bagi suatu unit usaha.

Pelayanan melibatkan aspek materi seperti kehandalan produk, ketepatan penyerahan, disamping itu unsur pribadi yang diwakili oleh interaksi staf lini depan dengan pelanggan. Baik aspek pelayanan materi maupun pribadi memberikan kesempatan untuk mendapatkan dan kehilangan pelanggan. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan persaingan. Menurut Lovelock (Indrasari 2019:84) menjelaskan bahwa “kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka dapat berupa kemarahan, ketidak-puasan, kejangkalan, netralitas, kegembiraan atau kesenangan.”

Emosi yang tercipta dari apa yang dirasakan oleh tamu pada saat mendapatkan pelayanan sangat berperan penting terhadap citra perusahaan dan bagaimana persepsi tamu kepada perusahaan tersebut. Selain itu menurut Engel, Roger & Miniard (Indrasari 2019:87) bahwa “kepuasan adalah evaluasi pasca konsumsi untuk memilih beberapa alternatif dalam rangka memenuhi harapan”.

Menurut penulis Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi. Kualitas pelayanan dalam jasa perhotelan sangat berpengaruh dalam kelangsungan hidup perusahaan. Jika hotel

bisa memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas dan memutuskan untuk menginap atau menggunakan kembali jasa hotel tersebut di masa yang akan datang, sehingga hotel akan memperoleh laba yang maksimal, artinya kualitas pelayanan sebuah hotel sangat signifikan berpengaruh terhadap keputusan tamu menginap.

III. METODE PENELITIAN

Subjek dalam penelitian ini adalah tamu yang menginap di Pardede International Hotel Medan selama bulan Desember 2021 yaitu sebanyak 1.800 tamu dan sampel yang digunakan penulis berjumlah 95 orang dengan menggunakan rumus Slovin dengan *margin of error* 10% (0,1). Objek penelitian penulis adalah kualitas pelayanan dan kepuasan tamu di Front Office Department

Tabel 2. Kerangka Penelitian

No	Variabel Penelitian	Indikator	Skala
1	Kualitas Pelayanan (X)	Karyawan cepat dan sigap dalam proses <i>Check In</i> berlangsung. Karyawan akurat dalam memberikan pelayanan dan informasi Karyawan sigap dalam menangan keluhan tamu. Karyawan bersedia membantu tamu tanpa diminta. Karyawan melayani konsumen dengan sopan. Kemampuan karyawan dalam pengetahuan fasilitas yang dimiliki hotel. Kemudahan konsumen dalam menghubungi Hote Pardede <i>International</i> Medan Karyawan mengetahui akan kebutuhan tamu. Karyawan berpenampilan bersih, rapi dan wangi Karyawan memiliki peralatan yang lengkap pada konternya	Skala Likert
2	Kepuasan Tamu (Y)	Terpenuhinya keluhan atau keinginan tamu . Fasilitas yang disediakan sesuai dengan yang ditawarkan. Hotel Pardede Medan memberikan jaminan keamanan dan kenyamanan kepada tamu saat periode menginap sesuai dengan harapan tamu.	Skala Likert

	Sesuai harga dan ketersediaan kamar serta fasilitas yang diberikan oleh Hotel Pardede Medan Tamu bersedia berkunjung Kembali di hotel Pardede Medan Tamu akan selalu memilih Hotel Pardede <i>International</i> Medan Tamu merasa Hotel Pardede <i>International</i> Medan pilihan yang tepat sebagai tempat untuk menginap kembali. Tamu bersedia merekomendasikan kepada teman, dan keluarga untuk menginap di Hotel Pardede <i>International</i> Medan	
--	---	--

Indikator-indikator di atas diukur dengan skala penilaian Likert yang memiliki lima tingkat preferensi jawaban yang masing-masing mempunyai skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut : 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = ragu-ragu atau netral, 4 = setuju, 5 = sangat setuju. “Skala Likert merupakan skala yang dipakai untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang/sekelompok orang tentang fenomena social” (Sugiyono, 2001). Skala ini banyak digunakan karena mudah dibuat, bebas memasukkan pernyataan yang relevan, realibilitas yang tinggi dan aplikatif pada berbagai aplikasi. Penelitian ini menggunakan sejumlah statement dengan 5 skala yang menunjukkan setuju atau tidak setuju terhadap *statement* tersebut. Berdasarkan latar belakang dan landasan teori yang telah diuraikan di atas maka dapat diajukan hipotesis sebagai jawaban sementara untuk masalah penelitian yaitu :

H_0 = Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Pardede *International* Medan

H_1 = Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Pardede *International* Medan

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan jawaban angket dari 95 orang responden tamu yang datang pada Pardede *International* Medan, maka diperoleh data olahan di bawah ini :

Tabel .3 Tanggapan Tamu Terhadap Angket Kualitas Pelayanan

No	PERNYATAAN	Kriteria									
		SP	%	P	%	N	%	KP	%	TP	%
Keandalan (Reliability)											
1.	Karyawan cepat dan sigap dalam proses <i>Check In</i> berlangsung	2	2,1	27	28,4	31	32,6	34	35,	1	1,0
2.	Karyawan akurat dalam memberikan pelayanan dan informasi	1	1,0	10	10,5	42	44,2	38	40	4	4,2
Ketanggapan (Responsivitas)											
3.	Karyawan sigap dalam menangani keluhan tamu	-	-	6	6,3	55	57,8	31	32,6	3	3,1
4.	Karyawan selalu bersedia membantu tamu tanpa diminta	-	-	4	4,2	42	44,2	46	48,4	3	3,1
Jaminan (Assurance)											
5.	Karyawan melayani konsumen dengan sopan	14	14,7	38	40	29	30,5	13	13,6	1	1,0
6.	Kemampuan karyawan dalam pengetahuan fasilitas yang dimiliki hotel	2	2,1	13	13,6	42	44,2	33	34,7	5	5,2
Empati (Empathy)											
7.	Kemudahan konsumen dalam menghubungi Hotel Pardede <i>International Medan</i>	8	8,4	27	28,4	36	37,8	20	21,0	4	4,2
8.	Karyawan mengetahui kebutuhan anda	1	1,0	12	12,6	35	36,8	42	44,2	5	5,2
Bukti Fisik (Tangible)											
9.	Karyawan berpenampilan bersih, rapi, dan wangi	16	16,8	41	43,1	23	24,2	14	14,7	1	1,0
10.	Karyawan memiliki peralatan yang lengkap pada konternya	2	2,1	14	14,7	36	37,8	40	42,1	3	3,1
TOTAL			4,8		20		40		32,7		3,1

Sumber : Data Olahan (2022)

Kualitas pelayanan karyawan di *Front Office Department* pada Hotel Pardede *International Medan* masih kurang baik, hal ini berdasarkan hasil angket yang menyatakan sebanyak 4,8% menyatakan "sangat puas" terhadap kualitas pelayanan *front*

office, selain itu yang menyatakan "puas" sebanyak 20 %, sementara 40% berpihak "netral", selanjutnya yang menyatakan "kurang puas" ada sebanyak 32,7%, serta yang menyatakan "tidak puas" terhadap kualitas pelayanan *Front Office* sebanyak 3,1%.

Tabel .4 Tanggapan Tamu Terhadap Angket Kepuasan Tamu

No	Pernyataan	Kriteria					
		SP	P	N	KP	TP	
Kesesuaian Harapan							

1.	Terpenuhinya keluhan atau keinginan tamu	1	1,0	24	25,2	33	34,7	36	37,81	1,0
2.	Fasilitas yang disediakan sesuai dengan yang ditawarkan	-	-	18	18,9	47	49,4	29	30,51	1,0
3.	Hotel Pardede Medan memberikan jaminan keamanan dan kenyamanan kepada tamu saat periode menginap sesuai dengan harapan tamu.	-	-	4	4,2	53	55,7	37	38,91	1,0
4.	Sesuai nya harga dan ketersediaan kamar serta fasilitas yang diberikan oleh Hotel Pardede Medan	-	-	11	11,5	32	33,6	47	49,45	5,2
Minat Berkunjung Kembali										
5.	Tamu bersedia berkunjung Kembali dihotel Pardede Medan	13	13,6	32	33,6	24	25,2	20	21,06	6,3
6.	Tamu akan selalu memilih Hotel Pardede <i>International</i> Medan	-	-	11	11,5	34	35,7	49	51,51	1,0
7.	Tamu merasa Hotel Pardede <i>International</i> Medan pilihan yang tepat sebagai tempat untuk menginap kembali	-	-	7	7,3	37	38,9	48	50,53	3,1
Ketersediaan Merekomendasikan										
8.	Tamu bersedia merekomendasikan kepada teman, dan keluarga untuk menginap di Hotel Pardede <i>International</i> Medan	-	-	16	16,8	37	38,9	40	42,12	2,1
9.	Tamu akan selalu menyarankan kepada khalayak umum untuk memilih Hotel Pardede <i>International</i> Medan	1	1,0	15	15,7	38	40	41	43,1	-
10.	Tamu akan mempromosikan ke media sosial untuk berkunjung ke Hotel Pardede <i>International</i> Medan	-	-	15	15,7	43	45,2	35	36,82	2,1
	TOTAL		1,6	16		39,7		40,1		2,2

Sumber : Hasil Olahan Data (2022)

Hasil Kepuasan tamu terhadap kualitas pelayanan di *Front Office* pada Hotel Pardede *International* Medan terlihat pada analisis yang telah penulis lakukan, dari 95 orang responden yang menyatakan “Sangat Puas” sebanyak 1,6%, yang menyatakan “Puas” sebanyak 16%, yang menyatakan “netral” sebanyak 39,7%, dan yang menyatakan “Kurang Puas” sebanyak 40,1%, serta yang menyatakan “Tidak Puas” sebanyak 2,2%. Berdasarkan hasil keseluruhan bahwa secara umum penulis menyimpulkan belum terpenuhinya kepuasan tamu sesuai dengan yang diharapkan oleh tamu terhadap Hotel Pardede *International* Medan.

Hasil kusioner dari kualitas pelayanan dan kepuasan tamu akan dibandingkan dengan cara menggabungkan total kualitas pelayanan (X) dan total kepuasan tamu (Y).

Berdasarkan hasil r_{hitung} diperoleh r_{hitung} sebesar 0,714 sedangkan r_{tabel} sebesar 0,2631 maka $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,714 > 0,2631$) dapat disimpulkan bahwa hasil dari instrumen penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu di Pardede *International* Hotel Medan adalah valid. Dari hasil r_{hitung} di atas juga dapat diketahui bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu adalah tinggi dan Sebagai bahan penafsiran koefisien korelasi yang ditemukan berpengaruh besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan (Sugiyono, 2011:231) bahwa koefisien korelasi mempunyai tingkat hubungan. Selanjutnya untuk mengetahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu adalah signifikan digunakan rumus :

$$t_{hitungxy} = t_{hitung} = \frac{0,714\sqrt{95-2}}{\sqrt{1-(0,714)^2}} = \frac{4,95}{0,49} = 7,07$$

Mencari t_{tabel} apabila diketahui signifikansi untuk $\phi = 0,05$ dan $dk = 95 - 2 = 93$, dengan uji dua pihak, maka diperoleh t_{tabel} adalah 1,6614. Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 7,07 sedangkan nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,6614 berarti nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} ($7,07 > 1,6614$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima berarti pada perhitungan t_{tabel} kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan tamu. Untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan tamu), dapat diuji dengan cara menghitung koefisien determinasinya dengan cara mengkuadratkan koefisien yang ditentukan. Berdasarkan perhitungan Koefisien Determinasi di atas diperoleh $KD = 50\%$, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 50% terhadap kepuasan tamu dan selebihnya 50% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak penulis teliti dalam penelitian ini.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di *Front Office* pada Hotel Pardede *International* Medan, mengenai kualitas pelayanan, kepuasan tamu, serta hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu, maka penulis mengambil kesimpulan :

Kualitas pelayanan karyawan di *Front Office Department* pada Hotel Pardede *International* Medan masih kurang baik, hal ini berdasarkan hasil angket sebanyak 4,8% menyatakan "sangat puas", sebanyak 20 %, menyatakan "Puas", sebanyak 40% "netral", dan 32,7% kurang puas" serta yang "tidak puas" sebanyak 3,1% .

Kepuasan tamu terhadap kualitas pelayanan *Front Office* pada Hotel Pardede *International* Medan masih jauh dari yang tamu harapkan, hal ini dapat terlihat pada hasil angket yang tersebar kepada 95 orang responden, sebanyak 1,6% responden "Sangat Puas" , 16% menyatakan "Puas", 39,7%, responden Netral, 40,1% "Kurang Puas" dan 2,2% menyatakan "Tidak Puas" terhadap kualitas pelayanan *Staff Front Office*.

Hasil adanya pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan tamu di *front office department* pada Hotel Pardede *International* Medan dapat dilihat dengan hasil korelasi yang tinggi, yaitu kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan tamu.

Berdasarkan kesimpulan di atas maka pihak hotel harus mengedepankan kualitas pelayanan,

berkualitas sehingga kepuasan tamu bisa di capai sesuai tujuan bisnis hotel yang ingin mencapai keuntungan.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Hutapea, Immanuel Hizkia.2022. *Analisis Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank CIMB Niaga TBK KC Medan Pemuda*.Universitas Panca Budi
- Indrasari, Meithana.2019.Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.Yogyakarta: Unitomo Press
- Maksum, Ali. 2012.Metodologi Penelitian Dalam Olahraga.Yogyakarta.
- Maulana, Ade Syarif.2016.*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.TOI*.Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul Jakarta.Vol.7 No.2-November
- Mefri, Happy.2015.*Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Front Office Terhadap Kepuasan Tamu Menginap Di Hotel The Axana Padang*.Universitas Negeri Padang.
- Nangoy, Fradina Maria,dkk.2020.*Profesionalitas Tenaga Kerja Hotel Four Points Manado Di Masa Pandemi Covid-19 Studi Fenomenologi Secara Online*.Jurnal EMBA Vol.8 No 4 Oktober.
- Nugraha,Muhyar, dan Sumadi.2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Type C Kabupaten Kebumen*.Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini.Vol 11 No. 02 Desember
- Prakoso, Aji Prasetya, dkk.2020.*The Effect Of Work System And Service Quality Toward Guest Satisfaction At Front Office Departmen In Bwalk Hotel, Du, Malang*.Jurnal Apresiasi Ekonomi.Vol 8 No 2
- Prasetyo, Ari.2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan*. Management Analysis Journal
- Prastono, Ndaru, Sri Yulianto Fajar Pradapa.*Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi*.Universitas Stikubank

- Semarang. Vol XI No.2- Oktober.
- Riduwan.2008.*Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*.Bandung : Alfabeta
- Riyadin.2019.*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana Di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur(Studi Kasus Pada Desa Pekalongan)*. Jurnal Simplex Volume 2, Nomor 1, April
- Rohaeni,Heni, dan Nisa Marwa.2018. *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Ecodemica, Vol. 2 No. 2 September
- Satari, Uha Armeini.2016. *Pengertian dan Tujuan serta Tipe dan Struktur Organisasi Sosial*.
- Soenarno, Ade.2017.*Front Office*.Yogyakarta:Penerbit Andi
- Steventeen, Winny Lian. Dan Karnadi.2021.*Pengaruh Periklanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di E-commerce*.Jurnal Akuntansi Unihaz
- Sugiyono.2019.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.Bandung:Alfabeta
- Wahab, Wirdayami.2017.*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru*.Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malaputra Riau. Jurnal Kajian Ekonomi Islam Vol.2 No 1-Januari-Juni.