



The Influence of Service Speed and Respectful Attitude of the Front Office on Guest Satisfaction at Manhattan Hotel Jakarta

Suesilowati¹, Devinda Ana Yashinta², Arif Hidayat³

^{1,2,3} Universitas Pertivi, Indonesia

Corresponding Author ✉ arfinanuraini@gmail.com*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of speed of service and respectful attitude of front office staff on guest satisfaction at the Manhattan Hotel, Jakarta. The background of this study stems from the strategic role of the hotel industry in providing excellent service to guests, where the front office is the frontline factor determining first impressions and customer satisfaction. The study used a quantitative method with a survey approach. Data were collected through a questionnaire distributed to 65 respondents who were guests at the Manhattan Hotel, Jakarta. Data analysis was conducted using validity and reliability tests, multiple linear regression, and hypothesis testing (t-test and F-test) using SPSS. The results showed that speed of service had a positive and significant effect on guest satisfaction, respectful attitude also had a positive and significant effect on guest satisfaction, and both variables simultaneously had a significant effect on guest satisfaction. These findings underscore the importance of improving front office service quality, particularly in terms of speed and respectful attitude, to enhance guest satisfaction and hotel competitiveness.

ARTICLE INFO

Article history:

Received
March 11, 2025
Revised
May 20, 2025
Accepted
June 30, 2025

Keywords: *Speed of Service, Respectful Attitude, Front Office, Guest Satisfaction*

Journal Homepage <https://ojs.staialfurqan.ac.id/IJoASER/>

This is an open access article under the CC BY SA license

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

PENDAHULUAN

Industri pariwisata menjadi salah satu penghasil devisa yang mendukung Pembangunan Indonesia. Oleh karena itu pemerintah memberikan perhatian yang besar terhadap industri pariwisata, karena sektor ini diharapkan dapat menjadi tulang punggung perekonomian, berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan, dan standar hidup masyarakat. Peningkatan devisa pariwisata sangat erat kaitannya dengan devisa pengunjung. Seiring dengan meningkatnya kunjungan wisatawan, kebutuhan akan fasilitas pendukung yang memadai pun menjadi semakin penting untuk menjamin kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Hotel dan restoran merupakan contoh sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk menunjang daya tarik wisata seiring berkembangnya pariwisata Indonesia. *Yuda & Ramdani, (2020:14)*.

Bisnis usaha perhotelan saat ini tidak hanya berfokus menjual produk layanan kamar sebagai produk utamanya, namun terdapat hal lain sebagai faktor yang mempengaruhi penilaian tamu saat memilih hotel pada yaitu kualitas pelayanan. Suatu hotel dikatakan baik jika hotel tersebut mampu dan sanggup untuk memiliki kualitas kualitas pelanggan memenuhi kebutuhan tamu pada saat menginap sebagai tercapainya tujuan kepuasan pelanggan *Cahya dkk, (2023:92)*. Kepuasan pelanggan

tercermin dari perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah menerima suatu layanan, bergantung pada apakah kinerja atau hasil yang diperoleh sesuai dengan harapan mereka atau tidak. Dengan demikian, kepuasan tamu akan tercapai apabila pengalaman yang mereka rasakan selama menggunakan produk atau jasa hotel sesuai dengan apa yang diharapkan. Kepuasan pelanggan merupakan bentuk respon yang muncul setelah tamu menerima pelayanan, baik itu dalam bentuk kepuasan maupun kekecewaan, tergantung pada apakah pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan mereka atau tidak. Dengan demikian, kepuasan tamu dapat terbentuk berdasarkan pengalaman mereka saat menggunakan produk atau jasa hotel yang sesuai dengan ekspektasinya.

Kualitas pelayanan juga mencakup berbagai aspek seperti keramahan staf, kebersihan kamar, serta kecepatan dan ketepatan dalam merespon permintaan tamu. Nilai yang diterima berkaitan dengan persepsi tamu tentang keseimbangan antara harga yang dibayar dengan kualitas layanan yang diterima tamu. Sementara itu, keadilan dan kepuasan emosional lebih banyak berhubungan dengan bagaimana tamu diperlakukan secara personal dan bagaimana perasaan mereka selama menginap di hotel. Menurut *Olivia dkk (2023:20)*. Tuntutan tamu terhadap kualitas dan pelayanan terhadap produk atau jasa yang digunakan semakin meningkat seiring dengan meningkatnya taraf hidup masyarakat. Para tamu hotel masa kini menyadari standar layanan tinggi yang diberikan oleh pelayan, tata graha, layanan pelanggan, dan meja depan. Layanan yang diberikan tidak hanya berfokus pada tindakan itu sendiri, namun juga pada cara berkomunikasi satu sama lain. Dalam manajemen perhotelan, setiap departemen berperan dalam memberikan kualitas dan menjaga kepuasan tamu. Pada manajemen perhotelan, departemen FO; dianggap sebagai jantung atau pusat layanan tamu dalam manajemen perhotelan. Hal ini dikarenakan *front office*; khususnya *front desk* hotel merupakan garda terdepan dalam memberikan pelayanan kepada tamu sejak tamu datang hingga tamu pulang. Selain sebagai pusat informasi bagi tamu hotel, *front desk* juga berfungsi sebagai penjual kamar (*selling room*). Dalam memberikan pelayanan kepada tamu, *front desk* adalah titik kontak awal tamu saat memasuki hotel. Tamu yang menggunakan *front desk* hotel sudah memiliki gambaran tentang seberapa baik hotel tersebut secara keseluruhan dalam melayani tamunya. Ketika tamu berkunjung ke suatu hotel dan mendapatkan pelayanan yang buruk, mereka akan langsung menilai pelayanan hotel secara keseluruhan, begitu pula sebaliknya.

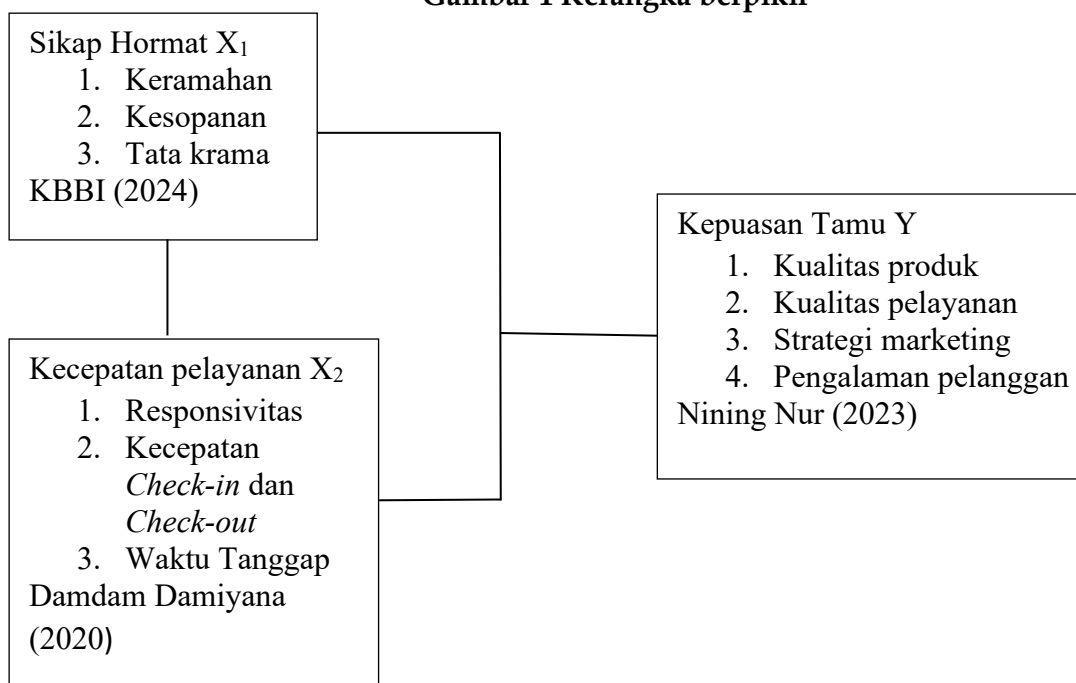
Sikap hormat atau rasa hormat harus dimiliki oleh seluruh staff *Front Office* dalam melayani tamu. Menurut *Are Morch (2021)* "*Rasa hormat adalah komponen penting dari setiap tempat kerja yang sukses. Namun, dalam industri perhotelan, rasa hormat harus menjadi prioritas utama dalam segala hal yang Anda lakukan*". Dalam industri hotel staff mendapatkan jadwal pekerjaan yang berbeda-beda setiap harinya yang biasanya disebut jenis pekerjaan "*Shift*", yang memungkinkan pekerja bertemu tamu sekali atau dua kali. Saat tamu *check in* dan *check out* dari sebuah hotel, mereka membentuk kesan (cerita) tentang layanan secara keseluruhan. Karenanya, banyak hotel memanfaatkan meja resepsionis mereka untuk membangun reputasi yang baik. Manhattan Hotel Jakarta adalah salah satunya., hotel ini berada di *Jl. Prof. DR. Satrio No. Kav.19-24, RT.7/RW.4, Kuningan, Karet Kuningan, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta*. Hotel ini memiliki berbagai fasilitas didalamnya seperti hotel pada umumnya. Hotel berupaya menghadirkan cara baru untuk membuat tamu yang datang dan menginap merasa senang. Resepsionis sebagai bagian dari *front office* departemen, mereka merupakan bagian yang secara langsung menangani tamu. Demi

menjamin kenyamanan dan kepuasan tamu, staf resepsionis sangat penting. Umpan balik dan komentar dari pengunjung Manhattan Hotel Jakarta dapat menunjukkan kepuasan mereka. Ulasan ini berasal dari pelanggan langsung maupun agen perjalanan daring. Penilaian tamu terhadap kualitas hotel selama menginap dan berkunjung ke Manhattan Hotel Jakarta dikenal sebagai umpan balik tamu. Beberapa aspek layanan *front office* yang menurut tamu kurang baik biasanya berujung pada keluhan dari tamu. *Rufinus, (2023:3)*

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. *Sugiyono (2018)* berpendapat bahwa pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan filsafat positivis untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu, pengambilan sampel secara acak, pengumpulan data instrumen, dan analisis data statistik. Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1 Kerangka berpikir



Tehnik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel 65 orang responden. Selanjutnya tehnik analisis data menggunakan hasil olahan data dari spss 29.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini jumlah responden dalam penelitian ini adalah 65 orang, yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu: (1) jenis kelamin laki-laki maupun perempuan, (2) tingkat pendidikan, dan (3) usia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability accidental sampling*, yaitu metode penentuan sampel secara kebetulan atau insidental, di mana responden yang secara tidak sengaja ditemui dan memenuhi kriteria langsung dijadikan sampel (*Sugiyono, 2018*). Untuk mendukung kajian terhadap kecepatan pelayanan dan sikap hormat petugas *front office* terhadap kepuasan tamu, peneliti melakukan penelusuran data sekunder berupa ulasan tamu (*review*) dari platform digital, khususnya pada situs OTA (*Online Travel*

Agent) seperti *Google Maps*. *Review* ini diambil dari tamu yang pernah menginap di Manhattan Hotel Jakarta dalam rentang waktu Februari hingga Juli 2024. Informasi rinci mengenai karakteristik partisipan dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Table 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	kategori	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	30	46%
	perempuan	35	54%
	Total	65	100%
Pendidikan	SMA	17	26%
	S1	41	63%
	S2	7	11%
	Total	65	100%
Usia	22-35	36	55%
	35-49	14	22%
	49-71	15	23%
	Total	65	100%

Sumber: olah Data (2025)

Hasil observasi dan penelitian

Kecepatan pelayanan dan rasa hormat didefinisikan sebagai perilaku atau tindakan yang menunjukkan pertimbangan terhadap orang lain, penghargaan, dan rasa hormat. Rasa hormat terhadap nilai, perasaan, hak, dan martabat orang lain tercermin dalam sikap staf. Variabel kecepatan pelayanan atau X1 didefinisikan sebagai ingkat ketanggapan atau waktu yang dibutuhkan petugas dalam memberikan layanan sejak permintaan diajukan hingga layanan selesai diterima pelanggan yang pelayanan diwakili sembilan pernyataan yang dibagi menjadi tiga kategori: responsivitas, kecepatan check-in dan check-out, waktu tanggap. Sedangkan sikap dan perilaku petugas yang mencerminkan penghargaan, kesopanan, dan pengakuan terhadap hak serta martabat pelanggan selama proses pelayanan diwakili sembilan pertanyaan yang dibagi menjadi tiga indikator: keramahan, kesopanan, dan tata krama. Sedangkan kepuasan tamu atau Y didefinisikan sebagai tingkat kepuasan yang dirasakan oleh tamu atau pelanggan setelah menggunakan layanan atau produk yang diberikan oleh suatu hotel, restoran, atau agen perjalanan diwakili Sembilan pertanyaan yang dibagi menjadi empat indikator: Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Strategi marketing, Pengalaman pelanggan. Dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* dengan lima pilihan jawaban: 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (kurang setuju), 4 (setuju), dan 5 (sangat setuju).

Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner mengenai pengaruh kecepatan pelayanan dan sikap hormat terhadap kepuasan tamu, data diperoleh dari 65 responden. Penulis kemudian mengolah jawaban dari setiap pernyataan dalam kuesioner yang telah disusun, dan menyajikannya dalam bentuk tabel yang memuat bobot jawaban serta persentase masing-masing pilihan responden.

Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linear yang diestimasi dengan metode Ordinary Least Squares (OLS) memenuhi asumsi dasar, sehingga hasil estimasi bersifat BLUE (Best Linear Unbiased Estimator).

Hasil Uji Normalitas

Table 2. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardize d Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.52516028
Most Extreme Differences	Absolute	.097
	Positive	.094
	Negative	-.097
Test Statistic		.097
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.132
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.123
	Upper Bound	.140

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Olah data spss (2025)

Nilai signifikansi didasarkan dengan hasil analisis data tabel. Model regresi residual terdistribusi normal jika nilai Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0,05, yang memenuhi asumsi normalitas. Karena data yang digunakan terdistribusi normal, ini menunjukkan bahwa data tersebut dapat digunakan sebagai bukti untuk mendukung hipotesis.

Hasil Uji Heteroskedasitas

Table 3. Hasil Uji Heteroskedasitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	3.721	1.728		2.153	.035		
	X1	.099	.092	.172	1.081	.284	.618	1.618
	X2	-.146	.120	-.195	-1.221	.227	.618	1.618

a. Dependent Variable: ABS_RESIDUAL

Sumber: Olah data spss (2025)

Pada tabel 4.5, uji heteroskedasitas menunjukkan nilai signifikansi variabel X1 sebesar $0,284 > \alpha = 0,05$. Sedangkan nilai signifikansi variabel X2 sebesar $0,277 > \alpha = 0,05$. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa sesuai dengan pengambilan keputusan dari uji glejser tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi.

Hasil Uji Multikolienaritas

Menurut Ghozali (2016) Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah di dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu penelitian ke penelitian yang lainnya.

Table 4. Hasil Uji Heteroskedasitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.721	1.728		2.153	.035		
	X1	.099	.092	.172	1.081	.284	.618	1.618
	X2	-.146	.120	-.195	-1.221	.227	.618	1.618

a. Dependent Variable: ABS_RESIDUAL

Sumber: Olah data spss (2025)

Pada tabel 4.5, uji heteroskedasitas menunjukkan nilai signifikansi variabel X1 sebesar $0,284 > \alpha = 0,05$. Sedangkan nilai signifikansi variabel X2 sebesar $0,277 > \alpha = 0,05$. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa sesuai dengan pengambilan keputusan dari uji glejser tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi.

Hasil Uji Hipotesis (Regresi Linier Berganda)

Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dua atau lebih variable independen terhadap variable dependen.

Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

Tabel 5. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	703.683	2	351.841	16.645	<.001 ^b
	Residual	1310.533	62	21.138		
	Total	2014.215	64			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Olah data spss (2025)

Dari tabel 4.7 uji kelayakan model (uji F) diperoleh nilai F hitung sebesar 21.138 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.001 yang berarti nilai signifikansinya $< 0,05$ maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel kepuasan pelanggan dengan kata lain terdapat pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap variabel kepuasan pelanggan Y.

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Tabel 6. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	12.167	2.512		4.844	<.001
	X1	.487	.134	.475	3.643	<.001
	X2	.220	.174	.165	1.265	<.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah data spss (2025)

Uji statistik T digunakan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh variabel independen (X) secara parsial dengan variabel dependen (Y). Untuk menentukan seberapa jauh pengaruh variabel-variabel bebas X1 dan X2 berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y. Adapun dasar pengambilan keputusan terhadap uji ini adalah H1: terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y, H0: tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap Y. Dengan taraf signifikan sebesar 5% (> 0,05). Atau jika nilai T hitung > T tabel maka variabel X berpengaruh terhadap variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y dan H0 ditolak. Hasil uji ini dapat dilihat pada tabel 7.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.591 ^a	.349	.328	4.59757

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Olah data spss (2025)

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan bantuan program SPSS 29.0 diperoleh R Square (R²) sebesar 0,591 yang artinya Kualitas Pelayanan dapat dijelaskan oleh variabel X1, dan X2 sebesar 34,9%. Sedangkan sisanya 65,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian.

Pengaruh Sikap Hormat Front Office Terhadap Kepuasan Tamu di Manhattan Hotel Jakarta

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kepuasan tamu Hotel Manhattan Jakarta dipengaruhi oleh sikap hormat atau tidak. Jumlah responden yang menjadi partisipan dalam penelitian ini adalah 65 orang. Mayoritas tamu Hotel Manhattan Jakarta berpendidikan sarjana dan berusia antara 17 sampai 35 tahun. Hal ini dibuktikan dengan uji t dengan nilai t hitung sebesar 3,643, nilai t tabel sebesar 4,844, dan taraf signifikansi sebesar 0,001. Nilai koefisien korelatif yang diperoleh memiliki hasil positif sebesar X1 0,487 dan nilai signifikansi sebesar 0,05, sehingga dapat dikatakan bernilai positif dan signifikan. Menurut *Peppers dan Rogers*, (2017)

dalam buku mereka "*Managing Customer Experience and Relationships: A Strategic Framework*" menekankan bahwa sikap hormat dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan adalah elemen kunci dalam manajemen hubungan pelanggan yang efektif. Menurut *Peppers dan Rogers*, (2017) dalam buku mereka "*Managing Customer Experience and Relationships: A Strategic Framework*" menekankan bahwa sikap hormat dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan adalah elemen kunci dalam manajemen hubungan pelanggan yang efektif.

Pengaruh kecepatan pelayanan front office terhadap kepuasan tamu di Manhattan Hotel Jakarta

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kepuasan tamu Hotel Manhattan Jakarta dipengaruhi oleh sikap hormat atau tidak. Jumlah responden yang menjadi partisipan dalam penelitian ini adalah 65 orang. Mayoritas tamu Hotel Manhattan Jakarta berpendidikan sarjana dan berusia antara 17 sampai 35 tahun. Hal ini dibuktikan dengan uji t dengan nilai t hitung sebesar 1,265, nilai t tabel sebesar 4,844, dan taraf signifikansi sebesar 0,001. Nilai koefisien korelatif yang diperoleh memiliki hasil positif sebesar X_2 0,220 dan nilai signifikansi sebesar 0,05, sehingga dapat dikatakan bernilai positif dan signifikan.

Besar pengaruh kecepatan pelayanan dan sikap hormat front office terhadap kepuasan tamu di Manhattan Hotel Jakarta

Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R square) menyatakan bahwa kecepatan pelayanan dan sikap hormat *front office* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Manhattan Hotel Jakarta sebesar 34,9%, variabel kepuasan tamu dipengaruhi variabel sikap hormat. Hal ini menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan X_1 dan sikap hormat X_2 yang dirasakan tamu mempunyai pengaruh terhadap kepuasan tamu Y pada Manhattan Hotel Jakarta.

Tabel 8. Ringkasan Hasil Analisis dan Interpretasi

Variabel Bebas	Nilai Statistik	Kriteria Uji	Hasil Uji & Interpretasi
Kecepatan Pelayanan → Kepuasan Tamu	$p = 0,000 < 0,05$	Sig. $< 0,05 =$ Ha diterima	Kecepatan pelayanan berpengaruh signifikan. Semakin cepat pelayanan resepsionis, semakin tinggi kepuasan tamu.
Sikap Hormat → Kepuasan Tamu	$p = 0,000 < 0,05$	Sig. $< 0,05 =$ Ha diterima	Sikap hormat berpengaruh signifikan. Semakin tinggi sikap hormat resepsionis, semakin tinggi kepuasan tamu.
Kecepatan Pelayanan & Sikap Hormat → Kepuasan Tamu	$R = 0,349$ (hubungan sedang)	$0,30 \leq R < 0,50$ = Sedang	Terdapat hubungan sedang antara variabel bebas dan kepuasan tamu.
	$R^2 = 0,349$ (34,9%)	Nilai R^2 0-1	34,9% variasi kepuasan tamu dijelaskan oleh kecepatan pelayanan & sikap hormat, sisanya dipengaruhi faktor lain (65,1%).
	Arah hubungan positif	Koefisien regresi positif	Peningkatan kecepatan pelayanan & sikap hormat cenderung meningkatkan kepuasan tamu.

Sumber: Olah data (2025)

KESIMPULAN

Berikut ini merupakan simpulan penulis mengenai pengaruh kecepatan pelayanan dan sikap hormat resepsionis Manhattan Hotel Jakarta terhadap kepuasan tamu berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan:

1. Pengaruh Kecepatan Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu

Hasil analisis menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di Manhattan Hotel Jakarta dengan nilai signifikansi $p = 0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan bahwa kecepatan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu dapat diterima. Hal ini berarti semakin cepat pelayanan yang diberikan resepsionis, semakin tinggi tingkat kepuasan tamu.

2. Pengaruh Sikap Hormat terhadap Kepuasan Tamu

Hasil analisis menunjukkan bahwa sikap hormat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di Manhattan Hotel Jakarta dengan nilai signifikansi $p = 0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan bahwa sikap hormat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu dapat diterima. Artinya, semakin tinggi sikap hormat yang ditunjukkan oleh resepsionis, semakin besar tingkat kepuasan tamu.

3. Pengaruh Kecepatan Pelayanan dan Sikap Hormat secara Bersama-sama terhadap Kepuasan Tamu

Uji koefisien determinasi menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) = 0,349, yang termasuk kategori hubungan sedang antara variabel bebas (kecepatan pelayanan dan sikap hormat) dengan variabel terikat (kepuasan tamu). Nilai koefisien determinasi (R^2) = 0,349 menunjukkan bahwa sebesar 34,9% variasi kepuasan tamu dapat dijelaskan oleh kecepatan pelayanan dan sikap hormat secara bersama-sama, sedangkan sisanya sebesar 65,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa peningkatan kecepatan pelayanan dan sikap hormat cenderung diikuti oleh peningkatan kepuasan tamu.

REFERENSI

- Agus, I. W., Wijaya, P. L., & Rusadi, N. W. (2022). Peran *Front Office* Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di The Capital Hotel And Resort Ball. *Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*, 177-184.
- Anwar, A., & Apriyani. (2018). *Resepsionis Hotel*.
- Are, M. (2021, April 6). *The Importance of Respect in the Hospitality Industry*. Retrieved from *Are Morch Digital transformation Coach*: <https://aremorch.com/the-importance-of-respect-in-the-hospitality-industry/>
- Arie, W. (2012). Tugas dan Tanggung Jawab *Front Office* Department Dalam Melayani Tamu di Hotel Baron Indah Solo. *Jurnal Program Usaha Perjalanan Wisata*.
- Arman, H. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu **Pacific Palace** Hotel di Kota Batam. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam*.
- Cahya, G. A., Dinda, P. F., & Rizki, N. N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan *Front Office* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengelolaan Hotel Horison Bekasi. *Jurnal Daya Saing*, 1-13.
- Elva, O. (2023). Kualitas Layanan dan Persepsi Tamu. *Jurnal kajian Pariwisata dan Perhotelan*, 1, 20.

- Ghozali. (2016, 2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, & Fajri. (2018). Kualitas Layanan Hotel di Jakarta. *Vol 7 No 3 (2018): Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Hochschild, A.R. (2017). *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*.
- Insani, Y. D., & Setiyariski, R. (2020). Meningkatkan Kualitas Pelayanan Front Office Department Melalui Tugas dan Tanggung Jawab Concierge Pada Hotel Savoy Homann. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 14.
- Kharismayana, K. Y., Sri, A. A., & Suarka, F. M. (2021). Analisis kebutuhan tenaga kerja front office department di the. *JURNAL KEPARIWISATAAN DAN HOSPITALITAS*, 5, 35-53.
- Lashley, C., & Morrison, A. (2018). In Search of Hospitality: Theoretical Perspectives and Debates.
- Lovelock, C., & Wright, L. (2016). *Principles Of Service Marketing And Management*. New York: Prentice Hall.
- Lupiyoadi, R. (2020). *Service Marketing Management*
- Maulanasari, A. R., & Ahmad, I. U. (2021). Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Front Office Di Hotel Grasia Semarang. *Undergraduate Conference on Language, Literature, and Culture*, 209-233.
- Mona, M., Kekenusa, J., & Prang, J. (2015). Penggunaan Regresi Linear Berganda untuk Menganalisis Pendapatan Petani Kelapa Studi Kasus: Petani Kelapa Di Desa Beo, Kecamatan Beo Kabupaten Talaud. *JdC, Vol. 4, No. 2, September 2015*, 197-203.
- Nazla. (2017). *Kepuasan Pelanggan dalam Industri Jasa*.
- Nur, N. (2023). *Indikator Kepuasan Tamu*.
- Nusaputra, D. (2012). Kualitas Front Office dalam Meningkatkan Pelayanan di Hotel Baron Indah Solo. *perpustakaan.uns.ac.id*, 1-51.
- Olivia, dkk. (2023). *Kualitas Layanan dan Persepsi Tamu*, 20
- Peppers, D., & Rogers, M. (2016). *Managing Customer Experience and Relationships: A Strategic Framework*. John Wiley & Sons.
- Pratiwi. (2021). *Standard Operational Procedure Perhotelan*, 70
- R, L. (2020). *Service Marketing Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahayuningsih, L. A. (2017). Hubungan antara kecepatan pelayanan pendaftaran dengan kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Ibu dan Anak Amanah ibu Surakarta. *INFOKES, VOL 7 NO 1, Februari 2017*, 7, 39-42.
- Rezki, U. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen menggunakan Jasa Penginapan pada Hotel Grand Meranti Selatpanjang. *Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Rufinus. (2023). *Manajemen Pelayanan Hotel*, 3.
- Samsidar. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Hotel Denpasar Makassar. *Doctoral dissertation*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

- Utami, A. T. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Kebijakan & Manajemen Publik*.
- Utami, R. (2019). Kepuasan Tamu Hotel. 67.
- Wilson, A., Zeithaml, V., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. London: Mc Graw Hill Education.
- Yuda, D. I., & Ramdani, S. (2020). Meningkatkan Kualitas *Pelayanan Front Office Department* Melalui Tugas dan Tanggung Jawab *Concierge* Pada Hotel Savoy Homann. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 13-27.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., & Gremler, D.D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*.