



The Influence of Personal Communication by Room Attendants on Guest Satisfaction at Manhattan Hotel

Suesilowati^{1*}, Ahmad Rusli¹, Frisiska¹

¹Universitas Pertiwi, Indonesia

Corresponding Author  arfinanuraini@gmail.com*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of educational level, gender, and personal communication skills of room attendants on guest satisfaction at Hotel Manhattan Jakarta. A quantitative explanatory approach was employed, with purposive sampling used to select guests who met specific criteria, including a minimum one-night stay and prior interaction with a room attendant. Data were collected through a structured Likert-scale questionnaire and tested for validity and reliability using Pearson's Product Moment correlation and Cronbach's Alpha. The results of the study indicate that all questionnaire items are valid and reliable, with Cronbach's Alpha values exceeding 0.86 for both personal communication and guest satisfaction variables. Linear regression analysis shows that personal communication has a significant positive effect on guest satisfaction, as evidenced by a t-value of 13.078 and a significance level of 0.000. The regression model $Y = 15.452 + 0.910X$ suggests that each one-unit improvement in personal communication score increases guest satisfaction by 0.910 units. The coefficient of determination (R^2) of 0.673 indicates that 67.3% of the variation in guest satisfaction is explained by personal communication, while the remaining 32.7% is influenced by other factors not covered in this study. These findings highlight the crucial role of personal communication in service delivery. For practical implications, hotel management should prioritize continuous training programs aimed at enhancing room attendants' interpersonal skills, empathy, and responsiveness, as these factors directly contribute to guest satisfaction, positive word-of-mouth, and long-term brand reputation.

Keywords: *Personal Communication, Room Attendant, Guest Satisfaction, Hotel Service Quality, Hospitality Management*

ARTICLE INFO

Article history:

Received

February 20, 2025

Revised

March 31, 2025

Accepted

June 30, 2025

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

Sektor perhotelan merupakan salah satu pilar penting dalam mendukung pertumbuhan industri pariwisata di Indonesia. Seiring meningkatnya jumlah wisatawan domestik maupun internasional, kebutuhan akan layanan akomodasi yang berkualitas juga semakin tinggi. Di kota-kota besar seperti Jakarta, pertumbuhan hotel, terutama hotel berbintang, menjadi indikator tingginya permintaan terhadap pelayanan yang profesional dan berstandar tinggi. Dalam konteks ini, kualitas layanan menjadi faktor kunci dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Salah satu komponen penting dalam operasional hotel adalah room attendant. Meskipun tugas utama mereka bersifat teknis, seperti membersihkan kamar dan memastikan kelengkapan fasilitas, interaksi mereka dengan tamu memegang peranan

penting dalam membentuk persepsi tamu terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.

Seorang room attendant dituntut tidak hanya menjalankan tugas teknis, tetapi juga memiliki keterampilan komunikasi personal yang baik. Keterampilan tersebut mencakup kemampuan menyapa tamu dengan ramah, memberikan jawaban yang jelas, serta merespons permintaan tamu dengan empati. Dalam industri jasa, komunikasi personal berfungsi sebagai jembatan emosional yang membangun kedekatan antara tamu dan staf. Oleh karena itu, kompetensi interpersonal menjadi aspek yang tidak dapat diabaikan.

Selain kemampuan komunikasi, karakteristik individu staf seperti tingkat pendidikan dan jenis kelamin juga berpotensi memengaruhi persepsi tamu. Tingkat pendidikan dapat memengaruhi pola pikir, kemampuan memecahkan masalah, dan pendekatan komunikasi dalam menghadapi berbagai situasi. Sementara itu, dalam konteks sosial-budaya Indonesia, jenis kelamin staf dapat memengaruhi kenyamanan tamu dalam berinteraksi.

Hasil observasi awal di Hotel Manhattan Jakarta menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan tamu dan pelayanan yang diberikan oleh beberapa room attendant. Keluhan yang sering muncul meliputi tidak adanya sapaan hangat saat tamu memasuki kamar, lambat dalam merespons permintaan tambahan, serta sikap staf yang dinilai kurang percaya diri dan pasif. Menurut model SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1998), dimensi empathy dan responsiveness merupakan kunci dalam membentuk persepsi kualitas layanan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan menjelaskan hubungan antara variabel bebas, yaitu tingkat pendidikan, jenis kelamin, dan komunikasi personal room attendant, terhadap variabel terikat, yaitu kepuasan tamu di Hotel Manhattan Jakarta. Menurut Sugiyono (2021), penelitian kuantitatif bersifat sistematis, terstruktur, dan berlandaskan pada data numerik yang dianalisis secara statistik, sehingga mampu memberikan kesimpulan yang objektif.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu yang menginap di Hotel Manhattan Jakarta pada periode penelitian. Mengingat keterbatasan waktu dan sumber daya, penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria tertentu, yaitu tamu yang menginap minimal satu malam, pernah berinteraksi dengan room attendant, dan bersedia menjadi responden. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan mempertimbangkan keterwakilan populasi serta kecukupan data untuk analisis statistik.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang disusun menggunakan skala Likert empat poin, mulai dari kategori "Sangat Tidak Setuju" dengan skor 1 hingga kategori "Sangat Setuju" dengan skor 4. Instrumen penelitian memuat pernyataan-pernyataan yang mengukur variabel tingkat pendidikan, jenis kelamin, komunikasi personal, dan kepuasan tamu. Sebelum digunakan, kuesioner diuji coba untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan dengan analisis korelasi product moment, di mana item dinyatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Sementara itu, uji reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha, dan instrumen dinyatakan reliabel jika nilai α lebih besar dari 0,7.

Data yang terkumpul dianalisis melalui beberapa tahapan. Pertama, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kelayakan instrumen. Kedua, dilakukan

analisis regresi linear sederhana dan berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t digunakan untuk menguji pengaruh parsial masing-masing variabel bebas terhadap kepuasan tamu, sedangkan uji F digunakan untuk menguji pengaruh simultan ketiga variabel bebas terhadap kepuasan tamu secara bersamaan. Seluruh pengujian dilakukan pada taraf signifikansi 5% atau $\alpha = 0,05$. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variasi kepuasan tamu.

Penelitian ini dilaksanakan di Hotel Manhattan Jakarta, yang berlokasi di Jl. Prof. DR. Satrio No. Kav.19-24, Kuningan, Jakarta Selatan. Hotel ini berada di bawah manajemen Sango Hotel Management, yang juga mengelola beberapa hotel berbintang lainnya seperti Sunlake Hotel Jakarta, Merlynn Park Hotel, dan Metro Hotel Semarang. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada reputasi hotel sebagai salah satu hotel berbintang lima yang memiliki tingkat hunian cukup tinggi, sehingga relevan sebagai objek penelitian terkait kualitas pelayanan dan kepuasan tamu.

Secara keseluruhan, metode penelitian ini dirancang untuk memperoleh data empiris yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Pendekatan yang digunakan diharapkan mampu menghasilkan temuan yang dapat menjadi dasar bagi manajemen hotel dalam menyusun strategi peningkatan kualitas layanan, khususnya dalam aspek kompetensi room attendant, agar dapat meningkatkan kepuasan tamu secara berkelanjutan. kejelasan dan keterpahaman pertanyaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Sebanyak 85 responden berpartisipasi dalam penelitian ini, terdiri dari 46 perempuan (54,12%) dan 39 laki-laki (45,88%). Berdasarkan pendidikan terakhir, mayoritas adalah Sarjana (28,24%), diikuti Diploma (22,35%) dan Magister (21,18%). Komposisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan menengah ke atas, yang cenderung memberikan penilaian lebih kritis terhadap layanan yang diberikan.

Tabel 1. Karakteristik Responden

| Kategori | Jumlah | Persentase |
|---------------------------|----------|------------|
| Jenis Kelamin | | |
| Laki-laki | 39 orang | 45.88% |
| Perempuan | 46 orang | 54.12% |
| Tingkat Pendidikan | | |
| SMP/Sederajat | 4 orang | 4.71% |
| SMA/Sederajat | 7 orang | 8.24% |
| Diploma (D1/D2/D3) | 19 orang | 22.35% |
| Sarjana (S1) | 24 orang | 28.24% |
| Magister (S2) | 18 orang | 21.18% |
| Doktor (S3) | 13 orang | 15.29% |

Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel komunikasi *personal* diukur melalui empat indikator, keterbukaan, empati, sikap positif, dan kesetaraan, dengan nilai rata-rata keseluruhan 3,73 (kategori baik). Indikator tertinggi adalah sikap positif (3,86), sedangkan terendah adalah empati (3,53).

Variabel kepuasan tamu diukur melalui lima indikator, fasilitas, kualitas pelayanan, harga, lokasi, serta citra dan reputasi, dengan nilai rata-rata keseluruhan 3,72 (kategori baik). Skor tertinggi terdapat pada harga (3,82) dan terendah pada kualitas pelayanan (3,60).

Tabel 2. Nilai Rata-rata Variabel Penelitian

| Variabel / Dimensi | Mean | Kategori |
|----------------------------|------|----------|
| Komunikasi Personal | | |
| Keterbukaan | 3,86 | Baik |
| Empati | 3,53 | Baik |
| Sikap Positif | 3,86 | Baik |
| Kesetaraan | 3,68 | Baik |
| Total | 3,73 | Baik |
| Kepuasan Tamu | | |
| Fasilitas | 3,80 | Baik |
| Kualitas Pelayanan | 3,60 | Baik |
| Harga | 3,82 | Baik |
| Lokasi | 3,69 | Baik |
| Citra dan Reputasi | 3,70 | Baik |
| Total | 3,72 | Baik |

Hasil Uji Statistik

Sebelum menguji hipotesis, dilakukan serangkaian pengujian untuk memastikan kelayakan data dan model analisis. Tahapan ini meliputi uji validitas untuk memastikan setiap item pernyataan mengukur konstruk yang dimaksud, uji reliabilitas untuk menilai konsistensi internal instrumen, serta uji asumsi klasik yang mencakup normalitas, heteroskedastisitas, dan linearitas. Setelah semua asumsi terpenuhi, dilakukan analisis regresi linier sederhana yang diuji melalui uji F, uji t, dan koefisien determinasi (R^2).

Tabel 3. Ringkasan Hasil Uji Statistik

| Jenis Uji | Hasil Utama | Keterangan |
|---------------------|---|-----------------------------------|
| Validitas | Semua item $r_{hitung} > 0,213$ | Valid |
| Reliabilitas | $\alpha = 0,890$ (X), $\alpha = 0,874$ (Y) | Reliabel |
| Normalitas | Sig. = 0,064 ($>0,05$) | Normal |
| Heteroskedastisitas | Tidak ada pola | Homoskedastisitas terpenuhi |
| Linearitas | Sig. <i>Linearity</i> = 0,000, Dev = 0,694 | Linear |
| Uji F | $F_{hitung} = 51,516$, Sig. = 0,000 | Pengaruh simultan signifikan |
| Uji t | $B = 0,712$; $t_{hitung} = 7,177$, Sig. = 0,000 | Pengaruh parsial signifikan |
| R Square | 0,383 | 38,3% variasi Y dijelaskan oleh X |

Hasil regresi menunjukkan bahwa komunikasi *personal* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, baik secara simultan maupun parsial. Nilai R^2 sebesar 0,383 menunjukkan bahwa sebanyak 38,3% variasi kepuasan tamu dapat dijelaskan oleh komunikasi *personal*, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat. Variabel bebas (X) adalah Komunikasi *Personal Room Attendant* dan variabel terikat (Y) adalah Kepuasan Tamu. Dalam penelitian ini jumlah responden (N) tercatat sebanyak 85 orang, sehingga derajat bebas dihitung sebagai $df = N - 2 = 83$. Pengujian menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* melalui SPSS versi 25.0, dengan kriteria valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5% ($r_{tabel} = 0.213$). Hasil uji validitas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas

| Variabel | Item | N | r_{hitung} | r_{tabel} | Keterangan |
|--------------------------------------|------|-------|--------------|-------------|------------|
| Komunikasi <i>Personal</i> (X) | Ket1 | 85 | 0.501 | 0.213 | Valid |
| | Ket2 | 85 | 0.552 | 0.213 | Valid |
| | Ket3 | 85 | 0.571 | 0.213 | Valid |
| | Emp1 | 85 | 0.830 | 0.213 | Valid |
| | Emp2 | 85 | 0.785 | 0.213 | Valid |
| | Emp3 | 85 | 0.668 | 0.213 | Valid |
| | SP1 | 85 | 0.624 | 0.213 | Valid |
| | SP2 | 85 | 0.685 | 0.213 | Valid |
| | SP3 | 85 | 0.544 | 0.213 | Valid |
| | Kes1 | 85 | 0.774 | 0.213 | Valid |
| | Kes2 | 85 | 0.829 | 0.213 | Valid |
| | Kes3 | 85 | 0.791 | 0.213 | Valid |
| Kepuasan Tamu (Y) | F1 | 85 | 0.505 | 0.213 | Valid |
| | F2 | 85 | 0.506 | 0.213 | Valid |
| | F3 | 85 | 0.537 | 0.213 | Valid |
| | KP1 | 85 | 0.757 | 0.213 | Valid |
| | KP2 | 85 | 0.726 | 0.213 | Valid |
| | KP3 | 85 | 0.649 | 0.213 | Valid |
| | H1 | 85 | 0.571 | 0.213 | Valid |
| | H2 | 85 | 0.605 | 0.213 | Valid |
| | H3 | 85 | 0.455 | 0.213 | Valid |
| | L1 | 85 | 0.689 | 0.213 | Valid |
| | L2 | 85 | 0.688 | 0.213 | Valid |
| | L3 | 85 | 0.689 | 0.213 | Valid |
| C&R1 | 85 | 0.665 | 0.213 | Valid | |
| C&R2 | 85 | 0.509 | 0.213 | Valid | |
| C&R3 | 85 | 0.392 | 0.213 | Valid | |

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Uji Reliabilitas

Uji ini bertujuan menilai sejauh mana alat ukur penelitian mampu memberikan hasil yang konsisten dan akurat setiap kali digunakan. Instrumen dianggap reliabel

apabila pengukuran berulang menghasilkan data yang serupa. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, dengan kriteria reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | N | <i>Cronbach's Alpha</i> | Keterangan |
|---------------------|----|-------------------------|------------|
| Komunikasi Personal | 85 | 0.890 | Reliabel |
| Kepuasan Tamu | 85 | 0.874 | Reliabel |

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan hasil pada diatas, variabel Komunikasi *Personal Room Attendant* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,890 dan variabel Kepuasan Tamu sebesar 0,874. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,60, sehingga seluruh instrumen dinyatakan reliabel. Tingginya nilai reliabilitas ini menunjukkan bahwa setiap indikator yang membentuk variabel seperti keterbukaan, empati, sikap positif, dan kesetaraan pada variabel "Komunikasi *Personal Room Attendant*", serta fasilitas, kualitas pelayanan, harga, lokasi, dan citra hotel pada variabel "Kepuasan Tamu", memiliki konsistensi internal yang baik. Dengan demikian, faktor-faktor tersebut dapat diukur secara stabil dan konsisten, mendukung keakuratan analisis dalam penelitian ini.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian memiliki distribusi normal. Pengujian ini menggunakan metode *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* terhadap nilai residual tidak terstandarisasi (*unstandardized residual*) dari model regresi yang digunakan. Hasil pengujian disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.7 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| Unstandardized Residual | | |
|----------------------------------|----------------|-------------------|
| N | | 85 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 0.0000000 |
| | Std. Deviation | 6.52808353 |
| Most Extreme Differences | Absolute | 0.094 |
| | Positive | 0.094 |
| | Negative | -0.078 |
| Test Statistic | | 0.094 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .064 ^c |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

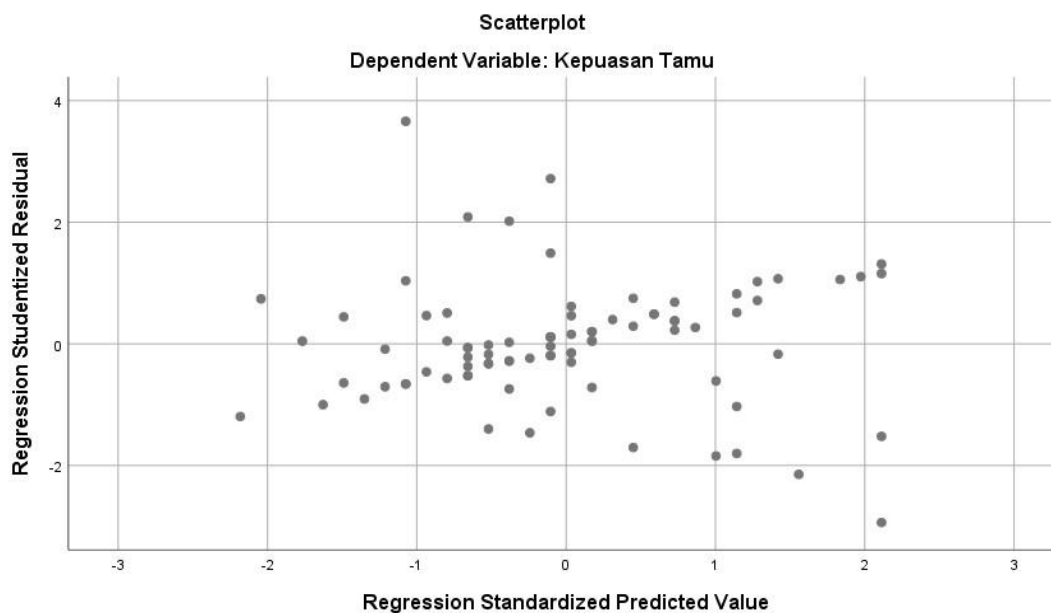
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

B. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varian residual pada model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, sehingga hasil analisis menjadi valid. Pengujian ini menggunakan metode *Scatterplot* antara nilai ZPRED (nilai prediksi terstandarisasi) dengan SRESID (residual terstandarisasi). Hasil pengujian disajikan pada gambar berikut:

Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan gambar 4.1, titik-titik data menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, serta tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Ghazali (2017, dalam Sholihah *et al.*, 2023) menjelaskan bahwa model regresi yang baik seharusnya memiliki residual yang bersifat homoskedastisitas, yaitu varians residual yang sama pada setiap pengamatan. penyebaran titik yang acak pada *scatterplot* menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan, sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa hubungan antara Komunikasi Personal dan Kepuasan Tamu di Hotel Manhattan dapat dianalisis menggunakan regresi linier tanpa adanya indikasi bias yang disebabkan oleh ketidaksetaraan varians residual.

C. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang bersifat linear antara variabel independen dan dependen, dalam hal ini antara variabel Komunikasi *Personal Room Attendant* dengan Kepuasan Tamu Hotel Manhattan. Pengujian ini menjadi bagian penting dari prasyarat analisis regresi linear, baik sederhana maupun berganda, karena model regresi yang valid mengharuskan adanya hubungan linear di antara variabel yang diuji (Widana & Muliani, 2020). Hasil pengujian diperoleh melalui analisis *ANOVA Table* pada *output SPSS* yang memisahkan komponen *Linearity* dan *Deviation from Linearity*, sehingga dapat diidentifikasi apakah hubungan yang terdeteksi memenuhi asumsi linearitas. Hasil pengujian disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Uji Linearitas

| ANOVA Table | | | | | |
|-------------|----------------|----|-------------|---|------|
| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |

| | | | | | | | |
|--|----------------|--------------------------|----------|----|----------|--------|-------|
| Kepuasan Tamu * Komunikasi Personal | Between Groups | (Combined) | 3288.733 | 29 | 113.405 | 2.482 | 0.002 |
| | | Linearity | 2221.867 | 1 | 2221.867 | 48.631 | 0.000 |
| | | Deviation from Linearity | 1066.866 | 28 | 38.102 | 0.834 | 0.694 |
| | Within Groups | | 2512.867 | 55 | 45.688 | | |
| | Total | | 5801.600 | 84 | | | |

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, nilai signifikansi pada baris *Linearity* sebesar 0,000 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear yang signifikan antara variabel komunikasi personal dengan kepuasan tamu Hotel Manhattan. Sementara itu, nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* sebesar 0,694 ($> 0,05$) mengindikasikan bahwa tidak terdapat penyimpangan yang signifikan dari linearitas, sehingga asumsi linearitas terpenuhi. Temuan ini menguatkan bahwa variabel komunikasi *personal room attendant* dapat dianalisis lebih lanjut menggunakan regresi linear dalam menguji pengaruhnya terhadap kepuasan tamu. Hal ini sejalan dengan pendapat Widana & Muliani (2020) yang menyatakan bahwa uji linearitas bertujuan untuk memastikan hubungan yang terbentuk antara variabel bebas dan terikat bersifat linear sehingga hasil analisis regresi dapat diinterpretasikan secara akurat. Dengan demikian, pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa komunikasi personal yang dilakukan oleh room attendant berperan penting dan memiliki pola hubungan yang konsisten dalam meningkatkan kepuasan tamu, di samping variabel tingkat pendidikan dan jenis kelamin yang juga diuji dalam model penelitian.

Hipotesis A. Uji F (Simultan)

Uji F (simultan) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, pengujian dilakukan untuk melihat pengaruh variabel Komunikasi *Personal Room Attendant* terhadap Kepuasan Tamu Hotel Manhattan secara simultan. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa uji F berfungsi untuk menguji signifikansi pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat dalam model regresi, sehingga dapat diketahui apakah model yang digunakan layak untuk dianalisis lebih lanjut. Hasil pengujian disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.9 Uji F

ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 2221.867 | 1 | 2221.867 | 51.516 | .000 ^b |
| Residual | 3579.733 | 83 | 43.129 | | |
| Total | 5801.600 | 84 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

b. Predictors: (Constant), Komunikasi Personal

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan tabel 4.9, nilai F_{hitung} yang diperoleh adalah 51,516 dengan signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel komunikasi personal berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan tamu Hotel Manhattan. Dengan kata lain, semakin baik komunikasi personal yang dilakukan oleh *room attendant*, semakin tinggi pula tingkat kepuasan tamu. Temuan ini sejalan dengan pernyataan Sugiyono (2019) bahwa apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat, sehingga hipotesis penelitian dapat diterima.

B. Uji t (Parsial)

Uji t (parsial) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Pada penelitian ini, pengujian dilakukan untuk melihat pengaruh variabel Komunikasi *Personal Room Attendant* terhadap Kepuasan Tamu Hotel Manhattan. Menurut Sugiyono (2019), uji t berfungsi untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan ketentuan bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05 menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan. Hasil pengujian disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.10 Uji t Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients Std. B Error | | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|---------------------|--|-------|-----------------------------------|-------|-------|
| 1 (Constant) | 23.918 | 4.499 | | 5.316 | 0.000 |
| Komunikasi Personal | 0.712 | 0.099 | 0.619 | 7.177 | 0.000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, variabel komunikasi personal memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,025 dengan signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi personal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu Hotel Manhattan. Nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,712 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel komunikasi personal akan meningkatkan kepuasan tamu sebesar 0,712 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan. Hasil ini sejalan dengan pendapat Sugiyono (2019) yang menyatakan bahwa apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat secara parsial.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dilihat dari *R Square* yang dihasilkan pada output analisis regresi. Menurut Sugiyono (2019), koefisien determinasi menunjukkan proporsi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil pengujian disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.11 Koefisien Determinasi

| Model Summary^b | | | | |
|----------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .619 ^a | 0.383 | 0.376 | 6.567 |

a. Predictors: (Constant), Komunikasi Personal
b. Dependent Variable: Kepuasan Tamu

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas, nilai *R Square* sebesar sebesar 0,383 menunjukkan bahwa variabel komunikasi personal mampu menjelaskan variasi kepuasan tamu Hotel Manhattan sebesar 38,3%. Sementara itu, sisanya sebesar 61,7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kualitas fasilitas fisik, kualitas makanan dan minuman, kecepatan dan ketepatan layanan, keramahan staf lain, lokasi dan aksesibilitas, keamanan dan privasi, harga dan nilai yang dirasakan (*value for money*), serta citra dan reputasi hotel. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun komunikasi personal memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap kepuasan tamu, masih banyak faktor lain yang juga berpengaruh secara signifikan.

Pembahasan

Temuan penelitian ini memperkuat pandangan bahwa komunikasi personal yang efektif menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan tamu. Skor tertinggi pada sikap positif menunjukkan kekuatan staf dalam menciptakan interaksi yang ramah, sementara skor terendah pada empati mengindikasikan perlunya peningkatan kemampuan memahami kebutuhan dan keluhan tamu. Hasil analisis menunjukkan bahwa komunikasi *personal room attendant* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Koefisien regresi sebesar 0,712 mengindikasikan bahwa peningkatan satu satuan pada komunikasi personal dapat meningkatkan kepuasan tamu sebesar 0,712 satuan. Nilai R^2 sebesar 0,383 berarti 38,3% variasi kepuasan tamu dijelaskan oleh komunikasi personal, sementara sisanya dipengaruhi faktor lain seperti fasilitas, harga, dan citra hotel.

Temuan ini mendukung teori Kotler & Keller (2009) yang menekankan bahwa keterbukaan, empati, sikap positif, dan kesetaraan membentuk interaksi layanan yang efektif. Skor tinggi pada sikap positif menunjukkan kekuatan staf dalam menciptakan suasana ramah, namun skor rendah pada empati dalam penanganan keluhan menjadi area yang perlu diperbaiki. Dari sisi karakteristik responden, mayoritas perempuan cenderung lebih peka terhadap keramahan dan empati staf, sehingga memberi penilaian positif pada komunikasi personal. Sementara itu, responden berpendidikan tinggi memberikan evaluasi lebih kritis, terutama pada aspek citra hotel. Implikasi praktis bagi manajemen adalah perlunya program pelatihan yang menekankan keterampilan empati dan teknik penanganan keluhan secara profesional, serta strategi komunikasi yang konsisten untuk membangun citra positif hotel. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan kepuasan tamu sekaligus memperkuat loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh komunikasi personal room attendant terhadap kepuasan tamu di Hotel Manhattan Jakarta, dapat disimpulkan bahwa komunikasi personal memiliki kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kepuasan tamu. Analisis data menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel komunikasi personal dan kepuasan tamu dinyatakan valid karena memiliki nilai korelasi yang signifikan terhadap skor total, serta reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha masing-masing di atas 0,86 yang menunjukkan tingkat konsistensi internal yang tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten.

Hasil uji normalitas dan linearitas memperlihatkan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi klasik, sehingga hubungan antara komunikasi personal dan kepuasan tamu dapat dianalisis secara akurat. Uji linearitas menghasilkan nilai signifikansi pada komponen linearity sebesar 0,000 ($< 0,05$) dan deviation from linearity sebesar 0,694 ($> 0,05$), yang berarti hubungan antara kedua variabel bersifat linear tanpa adanya penyimpangan yang berarti.

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa persamaan model yang diperoleh adalah $Y=15,452+0,910X$ $= 15,452 + 0,910X$, yang berarti setiap peningkatan satu unit skor komunikasi personal akan meningkatkan skor kepuasan tamu sebesar 0,910 satuan. Uji t menunjukkan bahwa komunikasi personal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, dengan nilai thitung 13,078 dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Uji F juga memperkuat temuan ini dengan nilai Fhitung sebesar 171,026 dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), yang mengindikasikan bahwa model regresi secara keseluruhan layak digunakan.

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,673 menunjukkan bahwa 67,3% variasi kepuasan tamu dapat dijelaskan oleh variabel komunikasi personal, sedangkan sisanya 32,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini, seperti kualitas fasilitas, harga, lokasi, citra hotel, maupun faktor eksternal lain. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi personal merupakan faktor dominan yang dapat digunakan sebagai strategi peningkatan kualitas pelayanan di Hotel Manhattan.

Dari segi implikasi praktis, hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa peningkatan keterampilan komunikasi personal pada room attendant—yang meliputi keterbukaan, empati, sikap positif, dan kesetaraan—dapat secara langsung meningkatkan kepuasan tamu. Pelatihan berkelanjutan yang fokus pada keterampilan komunikasi interpersonal, baik verbal maupun nonverbal, menjadi sangat penting untuk menciptakan pengalaman menginap yang lebih menyenangkan, memperkuat hubungan emosional antara tamu dan staf, serta meningkatkan loyalitas tamu. Selain itu, peningkatan komunikasi personal dapat mendukung citra positif hotel, yang pada gilirannya akan berdampak pada peningkatan rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) dan reputasi jangka panjang.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi personal bukan sekadar aspek pendukung dalam pelayanan hotel, melainkan salah satu komponen utama yang mampu membentuk persepsi kualitas layanan dan menentukan tingkat kepuasan tamu. Oleh karena itu, manajemen Hotel Manhattan disarankan untuk menempatkan pengembangan keterampilan komunikasi personal sebagai salah satu prioritas strategis dalam program peningkatan kualitas layanan, di samping perbaikan aspek fisik dan operasional lainnya.

REFERENSI

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/marketing-management/P200000003847>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1998). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00084-3)
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. <https://www.alfabeta.co.id/product/metode-penelitian-kuantitatif-kualitatif-dan-rd>
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi. <https://andipublisher.com/produk/pemasaran-jasa-prinsip-penerapan-dan-penelitian>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education. <https://www.mheducation.com/highered/product/services-marketing-integrating-customer-focus-across-firm-zeithaml-bitner/M9781259812637.html>
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (9th ed.). Pearson. <https://www.pearson.com/store/p/services-marketing-people-technology-strategy/P100000769894>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (Alih bahasa: Bob Sabran, Edisi ke-13, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Cahyadi, L., Hartono, H., & Suryani, N. (2024). Pengaruh keterampilan komunikasi room attendant terhadap kepuasan tamu hotel. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 10(1), 45–56. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/hospitalitypariwisata/article/view/6361>
- Hamsanandini, U., & Ryu, J.-H. (2017). Influence of empathy on hotel guests' emotional service experience. *Jurnal Hospitality & Tourism Research* (dimuat dalam ResearchGate).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management* (13th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Pradana, I. Y., Revissa, T. v., & Pradana, T. (2023). Pengaruh keterampilan komunikasi staf front office terhadap kepuasan pelanggan dan niat kembali menginap di hotel bintang empat. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*.
- Septian, B. A., Wijoyo, T. A., Intiar, S., Umar, A. J., & Bayu, A. P. (2024). Qualitative Insights Into the Impact of Room Pricing and Facilities on Hotel Guest Satisfaction. *International Journal of Economics, Business Management and Accounting (IJEBA)*.
- Sholihah, S. M., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep uji asumsi klasik pada regresi linier berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman (JRAS)*, 2(2), 102–110.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Widana, I. W., & Muliani, N. P. L. (2020). Uji persyaratan analisis. *Klik Media*.).