

TINJAUAN KUALITAS PELAYANAN *FRONT OFFICE (FO)* DI HOTEL MALAKA BANDUNG

Ary Yanuarti¹

Akademi Sekretaris dan Manajemen Kencana Bandung
aryyanuarti@asmkencana.ac.id

Alflianti²

Akademi Sekretaris dan Manajemen Kencana Bandung
Alflianti345@gmail.com

Dewi Maryunizah³

Akademi Sekretaris dan Manajemen Kencana Bandung
dewimaryunizah@asmkencana.ac.id

Abstrak

Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan departemen *FO* di Hotel Malaka Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis kuantitatif yaitu penulis menggambarkan hasil observasi dan menganalisa data-data yang diperoleh di lapangan secara langsung. Dari penelitian ini Populasinya adalah tamu yang pernah menginap di Hotel Malaka Bandung sebanyak 35.040 tamu diambil 15% dari populasi menghasilkan sampel 45 tamu. Setelah melakukan analisis dan pembahasan masalah, penulis memperoleh kesimpulan bahwa pelayanan yang diberikan oleh *FO* di Hotel Malaka Bandung sudah terlaksana dengan baik, hasil dilihat dari data kuesioner yang telah disebar dengan skor nilai 3,71. Hanya saja ada keluhan yang dirasakan oleh pengunjung Hotel Malaka Bandung selama menginap. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas departemen *FO* di Hotel Malaka Bandung perlu di optimalkan agar dapat mencapai tingkatan kepuasan yang lebih baik.

Kata Kunci : Gaya Komunikasi, Pimpinan, Bagian Administrasi

Abstract

The research to find out the quality of the *FO* department's service at Hotel Malaka Bandung. The research method used is descriptive quantitative analysis, namely the author describes the results of observations and analyzes the data obtained in the field directly. From this research, the population is 35,040 guests who have stayed at the Malaka Hotel in Bandung, taken as 15% of the population resulting in a sample of 45 guests. After analyzing and discussing the problem, the author came to the conclusion that the services provided by the *FO* at the Malaka Hotel in Bandung had been carried out well, the results were seen from the questionnaire data that had been distributed with a score of 3.71. It's just that there were complaints felt by visitors to the Hotel Malaka Bandung during their stay. Thus, it can be concluded that the quality of the *FO* department at Hotel Malaka Bandung needs to be optimized in order to achieve a better level of satisfaction.

Keywords: Communication styles, leadership, administration

Pendahuluan

Hotel Malaka Bandung merupakan hotel berbintang 2 (dua) bertaraf internasional, sehingga dalam menjalankan operasionalnya harus saling terkait antara departemen satu dengan departemen lainnya saling bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Dalam kegiatan operasionalnya, hotel dibagi menjadi beberapa departemen yaitu: *Front Office Department, Housekeeping Department & Engineering Department*. Dari departemen tersebut salah satu yang paling berperan adalah departemen *front office*.

Front Office merupakan bagian yang memberikan pelayanan kepada tamu, dimulai dari calon tamu melakukan pemesanan kamar sampai tamu menginap dan meninggalkan hotel. *Front office department* merupakan bagian yang bertanggung jawab atas pemesanan kamar, kedatangan dan keberangkatan tamu. Selain itu, *front office department* juga menangani penitipan barang-barang berharga milik tamu, dan sebagai pusat informasi bagi tamu, sampai dengan menangani keluhan tamu. *Front office* sebagai Tuan rumah mewakili pihak manajemen hotel terhadap seluruh tamunya. Di dalam *front office department* terdapat salah satu seksi yaitu *Reception*. *Reception* merupakan salah satu seksi yang bertanggung jawab dalam proses penerimaan tamu, menyiapkan penjualan kamar sampai tentang suka duka (menangani keluhan-keluhan) tamu selama menginap yang akan digunakan sebagai *Evaluation feedback, Guest record/history*. Staff *department front office* memiliki tanggung jawab dalam mengatur pelayanan yang diberikan kepada tamu dikarenakan menjadi individu dengan dampak besar pada pembentukan kesan awal dan kesan akhir terhadap konsumen yang merupakan tamu hotel, sehingga para individu yang bekerja di

bawah naungannya menjadi representatif bagi hotel yang mengutamakan keramah-tamahan dalam melayani dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh staff memiliki pengaruh yang besar akan kesan keseluruhan yang diterima oleh tamu mengenai hotel tempat mereka bekerja.

Kualitas pelayanan merupakan hal yang harus diperhatikan di samping fasilitas penunjang lainnya yang tersedia pada hotel. Konsumen yang telah membayar untuk menggunakan fasilitas produk usaha jasa tentunya memiliki ekspektasi akan mendapatkan kualitas yang sebanding dengan uang yang telah dikeluarkan. Semakin tinggi standar akomodasi yang digunakan maka semakin tinggi harapan konsumen untuk mendapatkan kualitas pelayanan sebaik mungkin, sehingga hotel akan terus membuat perubahan pada fasilitas maupun pada kualitas pelayanan yang ditawarkan agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya. Kualitas pelayanan yang sebenarnya bergantung dari pelayanan yang dilakukan oleh staff. Ilmu teori serta keterampilan yang dimiliki dan diterapkan oleh staff saja tidak cukup, hal tersebut tentu harus didukung dengan etika dan moral staff yang baik. Pada kenyataan yang terjadi di lapangan, dalam melakukan pelayanan ada masa di mana keluhan tidak dapat dihindari dikarenakan berbagai faktor. Keluhan sendiri berarti ketidakpuasan yang disampaikan oleh konsumen dengan harapan mendapat atensi dan respon dari pihak perusahaan. Konotasi keluhan tersebut tidak harus selalu dianggap negatif, dikarenakan dengan adanya penyampaian keluhan oleh konsumen maka perusahaan masih memiliki kesempatan untuk melakukan sesuatu yang dapat memperbaiki dan meningkatkan pelayanan sesuai dengan yang seharusnya diterima oleh konsumen.

Apabila keluhan telah diutarakan oleh konsumen kepada perusahaan, maka setiap individu yang berperan dalam usaha jasa harus dapat mengatasi keluhan tersebut dengan tanggap sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai dan integritas hotel tetap terjaga. Namun, apabila keluhan tidak diberikan solusi atau penyelesaian, maka hal tersebut dapat membuat citra hotel menjadi buruk karena dinilai tidak dapat menyelesaikan permasalahan. Keluhan tamu harus segera diselesaikan tanpa melihat kecil atau besar permasalahan dari tamu.

Pada Hotel Malaka Bandung, keluhan yang diutarakan tamu tentunya beragam sesuai dengan permasalahan yang ditemui selama menginap di hotel. Hal ini tentunya membutuhkan penyelesaian yang serius dan tanggap dari manajemen hotel. Frekuensi keluhan yang cukup sering ditemui membuat penulis tertarik untuk membahas mengenai kualitas pelayanan yang diberikan secara lebih mendalam dan rinci.

Keluhan terutama dilakukan ke bagian *front office*, walaupun sebenarnya tamu dapat menyampaikan keluhan mereka dimanapun di dalam hotel bilamana mereka merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh hotel. Ada banyak faktor yang menyebabkan keluhan dari tamu dan tidak ada satu hotel pun yang terbebas dari keluhan. Walau ada hotel yang mengklaim memiliki Kualitas Pelayanan dan luar biasa, keluhan Tamu pasti tetap ada. Keluhan tidak dapat dihilangkan, tetapi dapat diminimalkan (*minizing the complaint*).

Berdasarkan pengamatan penulis selama melakukan Kuliah Industri (KI) di Hotel Malaka Bandung pada tanggal 24 Juli – 31 Desember 2023, penulis menemukan beberapa masalah yang berkaitan dengan keluhan tamu oleh staff *front office*, yaitu adanya keluhan tamu kepada *front office*

mengenai ekspektasi luas kamar dengan kenyataan. Tamu tidak membaca luas kamar yang tertera pada detail pesanan saat *booking*, tamu tersebut datang ke *front office* dan menanyakan apakah kamar yang dipesan sesuai dengan yang ia tempati pada saat itu. *Reception* menjelaskan bahwa benar yang dipesan oleh tamu adalah kamar tersebut, serta memberitahukan detail luas kamar yang dipesan serta fasilitas yang di dapat didalam kamarnya. Tamu merasa uang yang dikeluarkan sangat tidak *worth it* untuk menginap di kamar itu dan meminta *upgrade* secara *free*. Ini merupakan permasalahan yang termasuk dalam cara menangani keluhan tamu tersebut. Masalah lain, ada tamu yang datang sesuai dengan *time check-in* pukul 14.00 pada saat kamar *high season*. Tamu tersebut ingin segera memasuki kamar, sedangkan kamar yang dipesan belum *ready* untuk ditempati di karenakan masih dalam proses pembersihan oleh *Housekeeping*. Tamu tersebut marah dan menanyakan mengapa hal itu bisa terjadi, sebagai *reception* harus coba jelaskan ke tamu jika kamarnya sedang disiapkan dan meng *push* Tim *housekeeping*. Ini membuktikan bahwa kurang cepat pihak *front office* & *housekeeping* serta kurang merasakan apa yang dirasakan oleh tamu karena tamu akan segera beristirahat dengan begitu membuat tamu kesal untuk menunggu.

Selain itu, terdapat tamu yang menanyakan kepada *trainer* yang lewat depan lobby hotel dan menanyakan *astray* (asbak) dan apakah diarea tersebut dapat merokok dan jawabannya boleh, padahal diarea lobby hotel tidak boleh merokok karena memang kebijakan hotel yang seperti itu. Tamu mengeluh kepada *front office* karena ada karyawan yang memperbolehkan dan ketika dimintai *astray* tamu tidak mendapatkannya. *Reception* mendengarkan keluhan tersebut

akan tetapi tidak didengarkan dengan baik yang mengakibatkan *miss communication* antara tamu dengan *reception*. Ini jelas tidak adanya konfirmasi dan klarifikasi permasalahan yang baik kepada tamu dan menyebabkan keluhan lagi dari tamu.

Ada juga, tamu yang mengeluh karena fasilitas kamar yang kurang baik seperti AC, TV, WIFI, Mini Refrigerator sampai dengan pintu yang terkadang sulit dibuka. Tamu seringkali *complaint* mengenai hal itu, sampai pada waktu itu ada beberapa tamu yang marah karena fasilitasnya kurang berfungsi dengan baik, dan *reception* menyampaikan informasi tersebut ke *engineering*. Tim *engineering* terlambat datang ke kamar tamu tersebut, dan mengakibatkan tamu datang lagi ke *front office* untuk menanyakan hal sama dan marah-marah karena belum diperbaiki juga sementara sudah hampir beberapa menit tamu menginfokan. Setelah itu, pihak *front office* meminta maaf atas keterlambatan tersebut akan tetapi saja penanganan masalah lambat dan tamu tersebut terganggu akan istirahatnya.

Ditambah lagi dengan adanya tamu *complaint* mengenai *request* seperti meminta *Hairdyer*, *Iron*, dsb. Proses *request* menggunakan WhatsApp, pada saat itu ada tamu yang meminta untuk diantarkan *Iron* (Setrika) ke kamar tetapi untuk *iron* tersebut terbatas hanya tersedia 3 di *front office* dikarenakan hal tersebut penggunaan meminjam pun dibatasi hanya 1 jam setiap pemakaian. Tetapi, semua *asset iron* tersebut telah keluar dipinjam tamu kamar pula dalam waktu yang bersamaan, tamu mengeluh karena *iron* yang akan dipinjam belum juga diantarkan. Hal tersebut pun memicu terjadinya *complaint*, dan membuat tamu tidak merasa puas akan layanan.

Berdasarkan latar belakang dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan

bagaimana kualitas pelayanan oleh *front office* di Hotel Malaka Bandung yang di lihat dari Indikator *Tangibel* (Nyata), *Emphaty* (Empati), *Responsiveness* (Daya tanggap), *Reliability* (Keandalan) dan *Assurance* (Jaminan). Maka di beri judul “**Tinjauan Kualitas Pelayanan di Front Office (FO) di Hotel Malaka Bandung**”.

Kajian Literatur

1. Kulaitas Pelayanan

Suatu keharusan hotel melakukan kualitas pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan tamu. Terciptanya kepuasan tamu dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara hotel dengan tamu menjadi harmonis, tamu akan kembali menginap hingga terciptanya *loyalitas* tamu, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*mouth of mouth*) yang menguntungkan hotel.

Menurut (Arianto, 2018:83) kualitas pelayanan dapat diartikan berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh hotel pada saat pelanggan berada di hotel.

Menurut (Huda, 2016:36) kualitas pelayanan yang sering disebut sebagai mutu pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Harapan merupakan keinginan para pelanggan dari pelayanan yang mungkin diberikan oleh perusahaan.

Jadi kualitas pelayanan pada dasarnya merupakan mutu dari sebuah pelayanan yang membedakan antara kenyataan dan harapan.

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2019:61) dalam Indrasari kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut (Fandy Tjiptono, 2017:180) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan adalah suatu jasa yang dijual dan dapat dirasakan baik secara langsung atau tidak langsung oleh pelanggan agar terjadi nya suatu *loyalitas*. Pelayanan adalah perbandingan layanan jasa yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses yang diberikan oleh produsen untuk memenuhi harapan konsumen

2. Manfaat Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang baik tentu akan memberikan hal yang baik untuk perusahaan. Manfaat dan tujuan kualitas pelayanan menurut (Kotler, 2016:376):

- a. Masyarakat akan setia kepada lembaga
Pelayanan yang baik kepada masyarakat menimbulkan kepercayaan penuh kepada lembaga.
- b. Masyarakat bisa menjadi media iklan gratis

Kepuasan masyarakat terhadap pelayanan lembaga menjadi bahan perbincangan dalam masyarakat melalui rekan, tetangga maupun saudara sehingga lembaga semakin dikenal.

- c. Kelangsungan bisnis jangka panjang terjamin
Semakin banyaknya masyarakat yang percaya tidak perlu khawatir akan tanggung jawab dan kualitas lembaga.
- d. Masyarakat tidak akan mempermasalahkan mengenai harga
Rasa kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tidak akan mempermasalahkan mengenai harga terhadap suatu produk yang ditawarkan.
- e. Konsumen merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi
Kebutuhan masyarakat selain dari kualitas produk juga dari kualitas pelayanan lembaga.
- f. Nama baik lembaga meningkat
Kualitas pelayanan yang baik menjadikan masyarakat semakin puas dan menjadi pelanggan yang setia sehingga Nama lembaga semakin baik pula.
- g. Unggul dalam persaingan bisnis
Kepercayaan dari segi pelayanan dan kualitas dari masyarakat menjadikan modal bagi lembaga untuk semakin maju.

Dapat disimpulkan bahwa manfaat memberikan kualitas yang baik akan memberikan pula feedback yang lebih baik kepada lembaga terkait. Serta bisa menumbuhkan rasa percaya konsumen terhadap jasa dan produk yang diberikan, meminimalisir

adanya tuntutan keluhan dari konsumen.

3. Indikator Kualitas Pelayanan

Kualitas yang diberikan perusahaan harus mengacu pada standar mutu yang tinggi karena mutu yang tinggi mampu memenuhi harapan pelanggan. Indikator kualitas pelayanan menurut (Gregorius, 2012:133) terdiri dari:

- a. *Tangibel* (Nyata), yaitu berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan
- b. *Emphaty* (Empati), yaitu berkenaan mengenai perusahaan memahami masalah para pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberi perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam seperti yang nyaman.
- c. *Responsiveness* (Daya Tanggap), yaitu berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, seperti menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- d. *Reliability* (Keandalan), yaitu berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

- e. *Assurance* (Jaminan), yaitu pengetahuan dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- f. Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak hotel, pelayanan berupa hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh tamu. Pengukuran kualitas pelayanan dapat dilihat dari suatu layanan yang telah diterima oleh tamu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harapannya.

4. Dimensi Kualitas Pelayanan

Untuk mengukur kualitas pelayanan suatu jasa, maka dapat dilihat dari dimensi kualitas jasa, berikut ini menurut Tjiptono, (2014:282-284):

- a. Bukti fisik: Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan bahan-bahan komunikasi.
- b. Reliabilitas: Kemampuan memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan andal.
- c. Daya tanggap: Kesediaan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara tepat.
- d. Kompetensi: Penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- e. Kesopanan: Sikap santun, respek, perhatian dan keramahan para staff lini depan.
- f. Kredibilitas: Sifat jujur dan dapat dipercaya.
- g. Keamanan: Bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan.

- h. Akses: Kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.
- i. Komunikasi: Memberikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan mereka.
- j. Kemampuan memahami pelanggan: Berupaya untuk memahami pelanggan dan kebutuhan mereka.

Berdasarkan pengukuran kualitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa untuk memenuhi dan melampaui harapan pelanggan perlu adanya survei kualitas yang bisa diukur dengan dimensi-dimensi diatas.

5. Department *Front Office*

Front Office menjadi garda terdepan dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan. Hal itu disebabkan karena wisatawan yang memasuki hotel yang memberikan kesan pertama dalam hal kualitas pelayanan adalah *front office*. Selain itu juga wisatawan yang memasuki hotel menerima pelayanan *front office* sudah memiliki gambaran seberapa baik hotel secara keseluruhan memberikan pelayanan kepada wisatawan. Ketika wisatawan datang ke hotel memperoleh pelayanan buruk maka tamu akan secara langsung mempersepsikan keseluruhan pelayanan hotel itu buruk dan begitu juga sebaliknya bila pelayanan *front office* baik maka wisatawan akan mempersepsikan keseluruhan pelayanan hotel itu baik. (Sulistyawati, 2019)

Front Office Department terdiri atas beberapa *section* yang memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda. Berikut *section* yang ada di *department front office*:

- a. *Greeter*
Seorang *greeter* akan *stand by* di pintu masuk lobby hotel dan menyambut tamu yang datang, lalu mengarahkan tamu tersebut ke *Receptionist*. Seorang *greeter* juga harus menguasai Bahasa asing agar dapat melayani tamu asing saat menanyakan informasi seputar hotel.
- b. *Front Desk Agent / Receptionist*
Seorang *FDA* atau *Receptionist* bertugas melayani *checkin* dan *checkout* tamu, transaksi tamu, dan memberikan informasi kepada tamu hotel. *Receptionist* bekerja sama dengan *Housekeeping department* dalam mengelola kamar.
- c. *Telephone Operator*
Seorang *telephone operator* bertugas melayani tamu baik dari luar maupun dalam hotel. Sebagai pusat informasi, seorang *telephone operator* perlu memahami semua tentang hotel dan menghafal event-event apa saja yang sedang diadakan dalam hotel tersebut. Mereka juga bertugas menghubungkan tamu dengan *department* lain di hotel seperti *restoran*, *spa*, *gym*, dll. Bila ada tamu yang meminta service *Wake Up Call*, seorang *telephone operator* yang akan melakukannya.
- d. *Bell Driver*
Seorang *Bell Driver* bertugas dan bertanggung jawab dalam

pengantaran dan penjemputan tamu dari bandara ke hotel atau hotel ke bandara. Seorang *bell driver* harus mengetahui rute jalan dan tempat wisata di kota.

e. *Guest Relation Officer*

Seorang *GRO* wajib memiliki banyak keahlian seperti hubungan interpersonal yang baik, penguasaan bahasa asing, dan kreativitas. Bertanggung jawab dalam memenuhi segala kebutuhan tamu VIP dan VVIP.

Dapat disimpulkan dari berbagai section diatas bertugas untuk menciptakan kesan dan pengalaman menginap yang menyenangkan di sebuah hotel karena saat pertama kali tamu datang, yang pertama kali akan mereka lihat adalah staff *Front Office*.

6. Keluhan Tamu

Alasan tamu mengeluh pada umumnya adalah karena mereka merasa tidak puas atas jasa yang diberikan sehingga berakibat pada tamu yang menuntut atas ketidakpuasan pelayanan yang diberikan seperti yang dikutip sebelumnya bahwa pelayanan merupakan aspek yang sangat penting untuk diberikan, jika pelayanan baik maka tamu akan mengapresiasi dan merasa puas atas pelayanan yang diberikan atau sebaliknya, jika pelayanan tersebut buruk maka akan berakhir pada protes (ketidakpuasan) atau yang disebut sebagai Komplain. Menurut Norwel (2005:27) dalam Sitanggang (2017), menyatakan bahwa terdapat 4 jenis komplain diantaranya mechanical complaints, atitudinal

complaints, service related complaint, unusual complaints. Mechanical Complaints yaitu jenis komplain yang di sebabkan oleh perlengkapan hotel, misalnya kamar tidak bersih, aroma kamar tidak sedap, AC (air conditioner) tidak berfungsi dengan baik dan lain sebagainya. Atitudinal complaints merupakan jenis keluhan yang disebabkan oleh pelayanan dan tingkah laku karyawan yang kurang baik, misalnya tidak senyum pada saat melayani, tidak sopan kepada tamu, dan lain sebagainya. Service related complaints merupakan jenis keluhan tamu yang terjadi akibat kurang profesional karyawan dalam melayani tamu, misalnya salah menghantarkan pesanan tamu, terlalu lama menunggu makanan dan minuman yang di pesan dan lain sebagainya. Unusual complaints merupakan jenis komplain yang terjadi akibat tidak disediakannya ruang khusus bagi para perokok maupun tidak perokok.

7. Penanganan Keluhan Tamu

Penanganan keluhan merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh setiap hotel. Penanganan keluhan yang efektif memberikan peluang untuk membuat pola pikir tamu menjadi hal positif yang semula tidak puas menjadi puas terhadap pelayanan dan fasilitas yang di nikmati agar tamu tidak mudah merasa kecewa sehingga pihak hotel tidak kehilangan pelanggan dan bahkan bisa menjadi pelanggan yang abadi. Standar yang tepat untuk melayani keluhan tamu adalah mendekati tamu dan mendengarkan keluhan yang

disampaikan dengan hati terbuka. Tawarkan bantuan kepada tamu dan dengarkan dengan baik jika tamu mengutarakan keluhan yang di alaminya. Gunakan kebijaksanaan untuk mengatasi keluhan dari tamu dan jika tidak terselesaikan atau di luar kemampuan bisa di serahkan kepada supervisor atau senior yang terbiasa menangani keluhan tamu dan manajer. (Amrullah, 2017) menyatakan bahwa ada 6 cara penanganan keluhan dari tamu sebagai berikut:

- A. Dekati tamu tanyakan ada bisa di bantu.
Dengarkan saat tamu mengutarakan keluhannya dengan baik sampai tamu selesai mengutarakan keluhan.
- B. Sebelum menjawab keluhan dari tamu karyawan yang menangani keluhan selalu berkata maaf sebelum memulai percakapan.
- C. Catat jenis keluhannya dalam log book atau buku khusus yang mencatat segala keluhan dari tamu dan pelajari masalahnya.
- D. Setelah di periksa coba atasi masalahnya dan jelaskan kepada tamu tindakan apa yang akan diambil agar tamu tidak merasa kecewa.
- E. Jika masalahnya tidak menemukan titik temu, mintalah direct supervisor untuk penanganan lebih lanjut.

Setiap hotel yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan akses yang mudah dan nyaman bagi para tamu untuk menyampaikan saran, kritik, penadapat dan keluhan yang mereka alami, penanganan keluhan tamu memberikan peluang untuk

mengubah layanan dan fasilitas menjadi lebih baik. Ada empat aspek dalam menangani keluhan tamu yaitu empati, kecepatan penanganan komplain, keawajaran dalam memecahkan masalah, kemudahan tamu untuk menyampaikan keluhan. Empati, dalam menghadapi tamu komplain yang marah atau emosi karyawan perlu bersikap empati yang artinya karyawan dapat memahami situasi yang dirasakan tamu.

Dengan demikian permasalahan yang dihadapi dapat diselesaikan. Kecepatan dalam menangani komplain merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan tamu adar tamu tidak lama-lama meredam keluhannya yang berakibat pada hilangnya pelanggan hotel. Keluhan yang diatasi dengan cepat dapat mengurangi rasa kecewa yang dirasakan oleh tamu dan tidak kehilangan pelanggan. Kewajaran, kewajaran disini bisa di artikan keadilan dalam memecahkan masalah atau bisa di artikan sebagai kompensasi terhadap tamu yang komplain. kemudahan tamu untuk melakukan keluhan. Hal ini sangat penting bagi tamu untuk menyampaikan keluhannya.

Metode Penelitian

Penilaian terhadap judul tinjauan kualitas pelayanan *front office (fo)* di hotel malaka bandung berdasarkan hasil data yang telah disebarkan yaitu Kuesioner.

Analisis Deskriptif Tanggapan Responden

Gambaran hasil data tanggapan yang diperoleh dari responden dapat digunakan untuk memperluas pembahasan, melalui gambaran data tanggapan responden dapat

No	Jawaban Responden	f	%	x	f(x)	$\sum f(x)$
1	Sangat Setuju	22	48,89%	5	110	4,444
2	Setuju	21	46,67%	4	84	
3	Ragu-ragu	2	4,44%	3	6	
4	Tidak setuju	0	0,00%	2	0	
5	Sangat tidak setuju	0	0,00%	1	0	
	Jumlah	45	100,00%		200	

diketahui bagaimana kondisi setiap indikator variabel yang diteliti. Untuk hasil nilai diukur dari bobot penilaian responden.

Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan di Hotel Malaka Bandung akan terungkap melalui hasil jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan yang telah disebarkan pada kuesioner. Kualitas pelayanan ini diukur menggunakan 5 (lima) indikator dan dibagi menjadi 15 butir pernyataan. Untuk mengetahui hasil gambaran secara menyeluruh tentang kualitas pelayanan di Hotel Malaka Bandung maka dilakukan perhitungan presentase skor jawaban responden menggunakan Rekapitulasi dan Tabulasi data hasil kuesioner pada setiap pernyataan. Dengan demikian agar lebih jelas maka penulis juga menyajikan gambaran kualitas pelayanan pada masing-masing indikator yang diukur menggunakan 5 bobot penilaian. Berikut gambaran tanggapan responden terhadap setiap butir pernyataan pada masing-masing indikator.

Tangible (Nyata)

Kualitas pelayanan Hotel Malaka Bandung pada indikator Tangible diukur menggunakan 3 butir pernyataan. Berikut distribusi tanggapan responden terhadap ketiga butir pernyataan tersebut.

Tabel Jawaban Kuesioner P1

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas mengenai "Hotel Malaka bandung memiliki lokasi yang strategis" dapat diinterpretasikan bahwa mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang (48,89%) terhadap lokasi Hotel Malaka Bandung yang strategis. Pengunjung berpendapat bahwa peranan lokasi itu sangat penting dalam pemilihan hotel apalagi ditengah kota yang strategis dan dekat dengan lokasi wisata perbelanjaan. Selain harus menarik fasilitas juga fisik bangunan harus lah memiliki lokasi yang strategis sehingga menunjang keberhasilan pada usaha.

No	Jawaban Responden	f	%	x	f(x)	$\sum f(x)$
1	Sangat Setuju	10	22,22%	5	50	3,644
2	Setuju	17	37,78%	4	68	
3	Ragu-ragu	11	24,44%	3	33	
4	Tidak setuju	6	13,33%	2	12	
5	Sangat tidak setuju	1	2,22%	1	1	
	Jumlah	45	100,00%		164	

Tabel Jawaban Kuisisioner 2

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas "Hotel Malaka Bandung memiliki Fasilitas yang baik lingkungan bersih dan nyaman" diketahui pada dasarnya pengunjung Hotel malaka bandung berpendapat bahwa kebersihan

suatu tingkat kepentingan yang cukup tinggi, karena dengan begitu pengunjung merasa puas dengan keadaan yang bersih. Hasil responden didapat setuju sebanyak 17 orang (37,78%). Tampilan fisik dan item yang ada di dalam hotel memberikan nilai tambah bagi pengunjung untuk senantiasa menjadi loyalitas serta datang kembali untuk menginap.

No .	Jawaban Responden	f	%	x	f(x)	$\sum f(x)$
1	Sangat Setuju	7	15,56%	5	35	3,800
2	Setuju	23	51,11%	4	92	
3	Ragu-ragu	14	31,11%	3	42	
4	Tidak setuju	1	2,22%	2	2	
5	Sangat tidak setuju	0	0,00%	1	0	
	Jumlah	45	100,00%		171	

Tabel Jawaban Kuesioner P3

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas “Front Office Hotel malaka bandung berpakaian dan berpenampilan rapi serta profesional” dapat diinterpretasikan bahwa mayoritas pengunjung menjawab setuju sebanyak 23 orang (51,11%) yang dimana karyawan dan staff Hotel Malaka Bandung berpenampilan serta profesional, karena pengunjung pertama kali datang ialah melihat staff dan karyawan berpenampilan rapi ini akan menambah nilai jual hotel dan membuat citra baik kepada hotel.

Emphaty (Empati)

Kualitas pelayanan Hotel Malaka Bandung pada indikator emphaty diukur menggunakan 4 butir pernyataan. Berikut distribusi tanggapan responden terhadap

keempat butir pernyataan tersebut.

No .	Jawaban Responden	f	%	x	f(x)	$\sum f(x)$
1	Sangat Setuju	7	15,56%	5	35	3,756
2	Setuju	23	51,11%	4	92	
3	Ragu-ragu	12	26,67%	3	36	
4	Tidak setuju	3	6,67%	2	6	
5	Sangat tidak setuju	0	0,00%	1	0	
	Jumlah	45	100,00%		169	

Tabel Jawaban Kuesioner P4

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas “Hotel Malaka Bandung memahami kebutuhan anda” yang telah diolah bahwa pengunjung mengisi setuju sebanyak 23 orang (51,11%) menyatakan para staff dan karyawan Hotel Malaka Bandung memahami kebutuhan pengunjung. Dengan memahami kebutuhan itu merupakan tingkat keunggulan untuk didalam hotel yang menjual jasa pelayanan.

No .	Jawaban Responden	f	%	x	f(x)	$\sum f(x)$
1	Sangat Setuju	6	13,33%	5	30	3,800
2	Setuju	25	55,56%	4	100	
3	Ragu-ragu	13	28,89%	3	39	
4	Tidak setuju	1	2,22%	2	2	
5	Sangat tidak setuju	0	0,00%	1	0	
	Jumlah	45	100,0		171	

		0%			
--	--	----	--	--	--

Tabel Jawaban Kuesioner P5

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan diatas “Hotel Malaka Bandung memberikan perhatian dengan sungguh-sungguh” dapat diinterpretasikan bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 25 orang (55,56%) menyatakan bahwa staff dan karyawan bersungguh-sungguh melayani pengunjung yang datang setiap saat. Dengan perhatian yang sungguh-sungguh akan membuat pengunjung merasa nyaman aman di Hotel Malaka Bandung.

No.	Jawaban Responden	f	%	x	f(x)	$\sum f(x)$
1	Sangat Setuju	7	15,56 %	5	35	3,644
2	Setuju	20	44,44 %	4	80	
3	Ragu-ragu	14	31,11 %	3	42	
4	Tidak setuju	3	6,67 %	2	6	
5	Sangat tidak setuju	1	2,22 %	1	1	
	Jumlah	45	100,00 %		164	

Tabel Jawaban Kuesioner P6

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel yang telah diolah “Anda mudah menghubungi Front office hotel malaka bandung” bahwa pengunjung mengisi setuju sebanyak 20 orang (44,44%) menyatakan bahwa pengunjung mudah untuk menghubungi front office pada saat dibutuhkan melalui WhatsApp. Pengunjung merasa bahwa penyediaan jasa, jam operasi dan sistem operasionalnya dirancang agar pengunjung dapat mengakses untuk menghubungi dengan mudah dalam

permintaan dan keinginan pengunjung secara mendadak.

No .	Jawaban Responden	f	%	x	f(x)	$\sum f(x)$
1	Sangat Setuju	3	6,67 %	5	15	3,822
2	Setuju	34	75,56 %	4	136	
3	Ragu-ragu	6	13,33 %	3	18	
4	Tidak setuju	1	2,22 %	2	2	
5	Sangat tidak setuju	1	2,22 %	1	1	
	Jumlah	45	100,00 %		172	

Tabel Jawaban Kuesioner P7

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel yang telah diolah mengenai “Front office meminta maaf pada saat terjadi kesalahan” bahwa pengunjung mengisi setuju sebanyak 34 orang (75,56%) pengunjung menyatakan bahwa Front office meminta maaf pada saat terjadinya kesalahan. Karena dengan begitu front office telah menunjukkan rasa empati yang tinggi seperti rasa menyesal atas permasalahan yang sedang dihadapi pengunjung tersebut dan mengungkapkan permintaan maaf dengan tulus.

Responsiveness (Daya Tanggap)

Kualitas pelayanan Hotel Malaka Bandung pada indikator responsiveness diukur menggunakan 3 butir pernyataan. Berikut distribusi tanggapan responden terhadap ketiga pernyataan tersebut.

No	Jawaban Responden	F	%	x	f(x)	$\sum f(x)$
1	Sangat Setuju	6	13,33 %	5	30	
2	Setuju	30	66,67 %	4	120	

			%			3,889
3	Ragu-ragu	7	15,56 %	3	21	
4	Tidak setuju	2	4,44 %	2	4	
5	Sangat tidak setuju	0	0,00 %	1	0	
	Jumlah	45	100,0 0%		175	

Tabel Jawaban Kuesioner P8

Sumber: Data Diolah, 2024

Hasil tabel diatas mengenai "Front office malaka hotel bandung selalu bersedia membantu anda" dapat diinterpretasikan bahwa Hotel Malaka Bandung selalu bersedia membantu pengunjung sedang kesulitan. Dihasilkan dengan 30 orang mengisi setuju (66,67%) pengunjung menilai bahwa Front office mampu membantu setiap kesulitan yang dihadapi, peran tersebut penting bagi para pengunjung. Pelayanan yang responsif juga sangat diperhatikan dari calon pengunjung sampai dengan pengunjung. Karena pada saat bertelepon pun harus sangat diperhatikan untuk membantu informasi-informasi yang dibutuhkan.

No.	Jawaban Responden	F	%	x	f(x)	$\sum f(x)$
1	Sangat Setuju	2	4,44 %	5	10	3,222
2	Setuju	15	33,33 %	4	60	
3	Ragu-ragu	19	42,22 %	3	57	
4	Tidak setuju	9	20,00 %	2	18	
5	Sangat tidak setuju	0	0,00 %	1	0	
	Jumlah	45	100,0 0%		145	

Tabel Jawaban Kuesioner P9

Sumber: Data Diolah, 2024

Hasil dari tabel diatas mengenai "Front office hotel malaka bandung cepat dalam memberika pelayanan dan permintaan" menyatakan bahwa mayoritas menjawab ragu-ragu sebanyak 19 orang (42,22%) terhadap memberikan pelayanan dan permintaan dengan cepat. Dari tabel tersebut pengunjung merasa seakan-akan kecewa pada pelayanan yang tidak cepat. Hal tersebut bisa terjadi karena kurangnya orang yang berada pada Front office di Hotel Malaka Bandung.

No.	Jawaban Responden	F	%	x	f(x)	$\sum f(x)$
1	Sangat Setuju	3	6,67 %	5	15	3,600
2	Setuju	27	60,00 %	4	108	
3	Ragu-ragu	10	22,22 %	3	30	
4	Tidak setuju	4	8,89 %	2	8	
5	Sangat tidak setuju	1	2,22 %	1	1	
	Jumlah	45	100,0 0%		162	

Tabel Jawaban Kuesioner P10

Sumber: Data Diolah, 2024

Hasil dari tabel diatas mengenai "Front office hotel malaka bandung memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan secara tepat menyatakan bahwa pengunjung menjawab setuju sebanyak 27 orang (60,00%) pada front office memberikan informasi yang dibutuhkan secara tepat. Ketepatan informasi sangat lah penting untuk para pengunjung dikarenakan hal tersebut telah pengunjung percayai dengan sepenuhnya kepada front office. Ketepatan sebuah hal yang dapat diwujudkan melalui pengembangan

individual terhadap pengetahuan.

Reliability (Keandalan)

Kualitas pelayanan Hotel Malaka Bandung pada indikator reliability diukur menggunakan 3 butir pernyataan. Berikut distribusi tanggapan responden terhadap ketiga pernyataan tersebut.

No	Jawaban Responden	f	%	x	f(x)	$\sum f(x)$
1	Sangat Setuju	3	6,67 %	5	15	3,244
2	Setuju	16	35,56 %	4	64	
3	Ragu-ragu	17	37,78 %	3	51	
4	Tidak setuju	7	15,56 %	2	14	
5	Sangat tidak setuju	2	4,44 %	1	2	
	Jumlah	45	100,0 0%		146	

Tabel Jawaban Kuesioner P11

Sumber: Data Diolah, 2024

Dilihat dari data mengenai "Penampilan fasilitas kamar dan umum sesuai dengan harapan anda" yang telah diolah pada tabel diatas pengunjung lebih setuju pada pernyataan bobot ragu-ragu yang dihasilkan 17 orang (37,78%) . Hal tersebut bisa terjadi karena ekspekstasi yang pengunjung berikan kepada Hotel Malaka Bandung terlalu berlebihan yang mengakibatkan kurangnya kepuasan harapan pada fasilitas ataupun kamar yang dimiliki oleh Hotel Malaka Bandung.

No.	Jawaban Responden	f	%	x	f(x)	$\sum f(x)$
1	Sangat Setuju	2	4,44 %	5	10	3,689
2	Setuju	29	64,44 %	4	116	

3	Ragu-ragu	12	26,67 %	3	36	
4	Tidak setuju	2	4,44 %	2	4	
5	Sangat tidak setuju	0	0,00 %	1	0	
	Jumlah	45	100,0 0%		166	

Tabel Jawaban Kuesioner P12

Sumber: Data Diolah, 2024

Hasil dari tabel diatas mengenai "Hotel malaka bandung bersikap simpatik pada permasalahan yang anda rasakan" mayoritas pengunjung setuju 29 orang (64,44%) terhadap staff atau karyawan Hotel Malaka Bandung yang simpatik pada permasalahan yang sedang dirasakan. Sikap simpatik perhatian sangat baik terhadap timbal balik hotel atau perseorangan, karena dengan adanya sikap perhatian pengunjung terasa lebih dihargai untuk berpendapat pada permasalahannya yang sedang dirasakan.

No.	Jawaban Responden	f	%	x	f(x)	$\sum f(x)$
1	Sangat Setuju	3	6,67 %	5	15	3,844
2	Setuju	32	71,11 %	4	128	
3	Ragu-ragu	10	22,22 %	3	30	
4	Tidak setuju	0	0,00 %	2	0	
5	Sangat tidak setuju	0	0,00 %	1	0	
	Jumlah	45	100,0 0%		173	

Tabel Jawaban Kuesioner P13

Sumber: Data Diolah, 2024

Data yang telah diperoleh pada tabel diatas mengenai "Front office malaka

bandung selalu menepati janji yang sudah diberikan” dihasilkan setuju 32 orang (71,11%) terhadap Front office menepati janji yang sudah diberikan. Pengunjung telah merasakan kepuasan terhadap janji yang diberikan oleh Front office.

Assurance (Jaminan)

Kualitas pelayanan Hotel Malaka Bandung pada indikator assurance diukur menggunakan 2 butir pernyataan. Berikut distribusi tanggapan responden terhadap kedua butir pernyataan tersebut.

No.	Jawaban Responden	f	%	x	f(x)	$\sum f(x)$
1	Sangat Setuju	5	11,11%	5	25	3,400
2	Setuju	16	35,56%	4	64	
3	Ragu-ragu	16	35,56%	3	48	
4	Tidak setuju	8	17,78%	2	16	
5	Sangat tidak setuju	0	0,00%	1	0	
	Jumlah	45	100,00%		153	

Tabel Jawaban Kuesioner P14
Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas mengenai “Tersedianya form komentar pengaduan keluhan pada hotel malaka bandung” dapat diinterpretasikan bahwa mayoritas responden menjawab seimbang antara setuju dan ragu- ragu masing-masing menjawab sebanyak 16 orang (35,56%). Assurance ini merupakan indikator yang paling menentukan bagi sebuah bisnis yang menjual jasa di Hotel Malaka

Bandung sebagai faktor penentu bagi kepuasan pengunjung, karena dengan memberikan pelayanan yang tulus dengan menyediakan form keluhan atau komentar dapat dirasakan sangat baik oleh pengunjung agar mengisi apa yang pengunjung rasakan selama menginap di Hotel Malaka Bandung

No.	Jawaban Responden	f	%	x	f(x)	$\sum f(x)$
1	Sangat Setuju	9	20,00%	5	45	3,333
2	Setuju	28	62,22%	4	112	
3	Ragu-ragu	5	11,11%	3	15	
4	Tidak setuju	2	4,44%	2	4	
5	Sangat tidak setuju	1	2,22%	1	1	
	Jumlah	45	100,00%		177	

Tabel Jawaban Kuesioner P15
Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas mengenai “Hotel malaka bandung memberikan keamanan pada pengunjung yang menginap” dapat diolah bahwa pengunjung lebih banyak mengisi setuju 28 orang (62,22%) mengenai keamanan di Hotel Malaka Bandung. Indikator ini merujuk pada rasa kepercayaan kepada staff dan karyawan terhadap keamanan yang telah diberikan. Hal ini sangat penting bagi pengunjung karena dirinya dianggap bahwa prioritas dari hotel tersebut.

Penutup

Kualitas pelayanan di *Front Office (FO)* pada Hotel Malaka Bandung berdasarkan hasil

dari Kuesioner masuk kedalam kategori Terlaksana dengan Baik memperoleh skor 3,71. Dilihat dari pernyataan 1 pada indikator *Tangible (Nyata)* Hotel Malaka Bandung memiliki lokasi yang strategis memperoleh nilai paling tinggi dengan skor 4,44 Terlaksana dengan Baik, karena memang betul lokasi Hotel Malaka Bandung sangat berada di tengah kota dimana bisa mengakses tempat bermain, berbelanja, kuliner, dsb di kota Bandung. Tetapi, dilihat dari indikator *Responsiveness (Daya Tanggap)* pernyataan 9 menyatakan *Front Office (FO)* Hotel Malaka Bandung cepat dalam memberikan pelayanan dan permintaan memperoleh skor 3,22 dengan kategori Terlaksana dengan Cukup Baik. Tamu yang berkunjung untuk menginap merasakan jika pelayanan yang diberikan cenderung akan kurang cepat atau lambat. Lalu, pada hasil rincian Komplain atau keluhan terjadi didalam kamar terbanyak yaitu fasilitas yang kurang memuaskan untuk tamu Hotel Malaka Bandung dapat dilihat pada diagram Lampiran Guest Survey. Hal tersebut bisa terjadi karena Hotel Malaka Bandung minimnya staff yang bertugas menyebabkan Kualitas Pelayanan Front Office (FO) menjadi kurang optimal.

Daftar Pustaka

Akdon. (2005). PENGARUH PENERAPAN MEDIA PEMBELAJARAN SeTARA DARING TERHADAP HASIL BELAJAR. (T. A. Rohiimimah, Ed.) *J+PLUS UNESA*, 107. doi:Vol 10 No 2

Akdon, R. d. (2009). rumus slovin. 254.

Amrullah. (2017). Keluhan Tamu. *Ejournal Undiksha*. doi:2654-9719

Amstrong, K. d. (2019). (Indrasari, Ed.)

Jurnal Maneksi Vol 11, No.02, 11, 61. Retrieved maret 2024, from <https://ejournalpolnam.ac.id/index.php/JurnalManeksi/article/view/1246/590> (diakses Maret 2024)

Arianto. (2018). Pengertian Kualitas Pelayanan . In D. daulika. Arikunto. (2006). *Penelitian deskriptif kuantitatif*.

Candra, T. d. (2017). *faktor kualitas* . priansa.

Dr. Nila Kesumawati, M. (2017). *Pengantar Statistik Penelitian*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.

Febrianita, P. d. (2018). Manajemen Strategi Pengembangan Wisata . Oryza Lathifatul Ulya, Hesti Lestari, Dewi Rostyaningsih , 1.

Gregorius, T. d. (2012). *Indikator Kualitas Pelayanan*. Retrieved Maret Minggu, 2024 Huda, M. d. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN. *Riyadin*, 36. Retrieved Maret Minggu, 2024, from ejournal/index.php/JS/article/viewFile/330/223 (diakses Maret 2024)

Ismayanti. (2011). Akomodasi. 72.

Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2024, Maret Senin). Fakta Menarik Bandung, Kota Kembang yang Penuh Kreativitas. Jurnal ini. Retrieved Maret Jumat, 2024, from <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/fakta-menarik-bandung-kota-kembang-yang-penuh-kreativitas>

Kotler. (2016). *Manfaat Kualitas Pelayanan*.

Norwel. (2005). (A. C. Sitanggang, Ed.) *Pengaruh Penanganan Keluhan Pada Kepuasan konsumen di Hotel Grand Praba Bandar Lampung*, 27.
Retrieved from https://Scholar.Google.Co.Id/Scholar?hl=Id&As_Sdt=0%2c5&Q=Norwel+2005%3a27+Jenis+Komplain&Btnq=&Oq=Nor#D=Gs_Qabs&U=%23p%3dyedrsllwtwij (diakses Maret 2024)

Sanford Labovitz, B. S. (2000). pengaruh lokasi display dan design media p.o.p terhadap tingkat penjualan. *ikhwan fathur*, 69. Retrieved April 2014, from <https://id.scribd.com/document/394283278/Peengaruh-Lokasi-Display-Dan-Media-POP-Point-of-Purchase-Terhadap-Tingkat-Penjualan-Product-ZZONE> (diakses April 2024)

Sugiyono. (2019). Pengaruh kompetensi dan komunikasi terhadap kinerja perangkat desa. *unmul*, 126. Retrieved Maret 2024, from <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/download/9800/1323> (diakses Maret 2024)

Sugiyono. (2019). Pengaruh kompetensi dan komunikasi terhadap kinerja perangkat desa. *unmul*, 127. Retrieved Maret 2024, from <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/download/9800/1323> (diakses Maret 2024)

Tjiptono. (2014). *pengukuran kualitas*.

Tjiptono, F. (2017). *Kualitas Pelayanan*.

Wilson, J. (2022, April). STRATEGI PENGEMBANGAN MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN LOKAL. (J. wilson, Ed.) *Jurnal Akomodasi Agung*, 51. Retrieved Maret Minggu, 2024, from Article%20Text-149-1-10-20220711