

SKRIPSI

**PERSEPSI TAMU TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN STAF FRONT OFFICE
DI BLUE POINT RESORT AND SPA**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Natalia M. Sinaga

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

SKRIPSI

**PERSEPSI TAMU TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN STAF FRONT OFFICE
DI BLUE POINT RESORT AND SPA**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Natalia M. Sinaga
NIM 2415854063**

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

SKRIPSI
PERSEPSI TAMU TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN STAF FRONT OFFICE
DI BLUE POINT RESORT AND SPA

Skripsi ini diusulkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Pariwisata
di Politeknik Negeri Bali



POLITEKNIK NEGERI BALI

Natalia M. Sinaga
NIM 2415854063

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul “Persepsi Tamu Terhadap Kualitas Pelayanan Staf *Front Office* di Blue Point Resort and Spa” dalam keadaan tepat waktu. Penulisan skripsi ini merupakan sebuah wadah penyaluran ilmu dan minat mahasiswa agar bermanfaat dan bisa menjadi acuan referensi yang baku. Tujuan penulisan skripsi penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan D4 Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata Politeknik Negeri Bali. Penulis berhasil menyelesaikan penulisan skripsi penelitian ini berkat dukungan dan masukan yang terus-menerus diberikan oleh berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada mereka, termasuk di antaranya:

1. I Nyoman Abdi, S.E., M.e, Com., selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang memberikan fasilitas serta kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan perkuliahan di kampus Politeknik Negeri Bali.
2. Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST. Par., M.Par, selaku Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan izin dalam melaksanakan perkuliahan pada Jurusan Pariwisata serta turut membantu kelancaran penulis dalam melakukan penyusunan skripsi penelitian ini.
3. Putu Tika Virginiya, S.Pd., M.Pd., selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata yang serta membantu memberikan kelancaran dan memberikan pedoman penulisan skripsi kepada penulis.
4. Dr. Made Satria Pramanda Putra, S.H., S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali yang serta memberikan banyak panduan, dorongan, dan masukan dalam melaksanakan penyusunan skripsi ini.
5. Elvira Septevany, S.S, M.Li., selaku Dosen Pembimbing I yang serta memberikan pandangan, arahan, motivasi dan telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis demi kelancaran penyusunan skripsi ini dari tahap awal sampai akhir.

6. Ni Luh Eka Armoni, SE., M. Par., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, dukungan, dan bimbingannya tanpa henti untuk membantu penulis agar dapat menyelesaikan penulisan skripsi penelitian ini dengan baik dan tepat waktu.
7. I Made Sumardika, S.Tr., Par., selaku Resort Manager Blue Point Resort & Spa, yang telah memberikan motivasi dan menginspirasi selama mengikuti Praktek Kerja Lapangan di hotel.
8. Ni Luh Masshinta, selaku Human Resource Manager Blue Point Resort & Spa yang telah memberikan arahan dan kesempatan untuk mengikuti praktik kerja lapangan di hotel.
9. Ni Luh Putu Sumiati, selaku Sales & Marketing Manager Blue Point Resort & Spa yang telah memberikan petunjuk, menyertai dan membimbing dalam mengikuti praktek kerja lapangan di hotel.
10. Seluruh *Front Office team* dan *Reservation team* yang telah banyak memberi bantuan dan arahan selama penulis mengerjakan penelitian ini.
11. Kedua orang tua serta seluruh anggota keluarga yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam bentuk fisik, materi maupun doa selama melakukan penulisan skripsi penelitian ini.
12. Seluruh teman-teman yang selalu memberi dukungan dan masukan yang bermanfaat bagi saya.

Penulis menyadari terdapat banyak kekurangan dalam skripsi ini, dengan demikian dengan kerendahan hati penulis mengharapkan masukan dan saran yang bersifat membangun agar bisa menjadikannya lebih baik lagi. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan mohon maaf atas kesalahan dalam melakukan penulisan.

Penulis



Natalia M. Sinaga

ABSTRAK

Sinaga, Natalia. (2025). *Persepsi Tamu Terhadap Kualitas Pelayanan Staf Front Office di Blue Point Resort and Spa*. Skripsi: Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Skripsi ini telah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I: Elvira Septevany, S.S., M. Li dan Pembimbing II: Ni Luh Eka Armoni, SE., M. Par.

Kata kunci: Persepsi, Kualitas Pelayanan, Front Office Staff

Tujuan penelitian ini adalah mengkaji persepsi tamu atas pelayanan staf front office di blue point resort & spa. Penelitian ini fokus pada mengidentifikasi indikator yang perlu ditingkatkan atas pelayanan staf *Front Office* berdasarkan ekspektasi dan persepsi tamu. Penelitian ini menggunakan analisa lima dimensi kualitas jasa dalam model *ServQual (Service Quality)*. Jumlah populasi penelitian ini adalah tamu yang menginap dan pernah merasakan kualitas pelayanan staf *Front Office* sebanyak 100 responden dengan metode penentuan sampel yaitu *Random sampling*. Data yang terkumpul dianalisa menggunakan kuesioner kemudian dianalisa menggunakan Uji *ServQual* yang menggambarkan kesenjangan (*gap*) tingkat pelayanan yang diharapkan (ekspektasi) dan kenyataan (persepsi) yang diterima oleh tamu yang menginap di Blue Point Resort & Spa. Selanjutnya, dianalisa menggunakan Diagram Kartesius untuk mengidentifikasi jasa berdasarkan tingkat kepentingan dan kepuasan tamu atas pelayanan staf *Front Office*. Dari hasil pengintegrasian metode *ServQual* dan pengukuran diagram kartesius hasil total rata-rata persepsi lebih besar dari hasil total rata-rata ekspektasi yang artinya pelayanan staf *Front Office* sudah memuaskan. Atribut yang menghasilkan rata-rata *gap* positif ditunjukan pada dimensi *Empathy*, *assurance* dan *reliability* yang artinya pelayanan sudah memuaskan sedangkan atribut yang perlu ditingkatkan dan menghasilkan rata-rata *gap* negatif adalah dimensi *tangible* dan *responsiveness*.

ABSTRACT

Sinaga, Natalia. (2025). *Guest Perception of Front Office Staff Service Quality at Blue Point Resort and Spa*. Skripsi: Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Skripsi ini telah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I: Elvira Septevany, S.S., M. Li dan Pembimbing II: Ni Luh Eka Armoni, SE., M. Par

Keywords: *Perception, Service Quality, Front Office Staff*

The purpose of this study is to examine the guest perception of the service provided by the Front Office staff at Blue Point Resort & Spa. The research focuses on identifying the service indicators that need improvement based on guests' expectations and perceptions. This study employs the five dimensions of service quality from the ServQual (Service Quality) model. The research population consists of 100 guests who have stayed at the resort and experienced the service quality of the Front Office staff. The sampling technique used is random sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed using the ServQual test, which measures the gap between the expected service (expectations) and the actual service received (perceptions) by the guests staying at Blue Point Resort & Spa. Furthermore, the data were analyzed using a Cartesian Diagram to identify service attributes based on the level of importance and satisfaction perceived by the guests toward the Front Office staff's performance. Based on the integration of the ServQual method and the Cartesian Diagram analysis, the total average of guest perceptions is higher than the total average of guest expectations, indicating that the Front Office service is satisfactory. Attributes with a positive average gap are found in the dimensions of Empathy, Assurance, and Reliability, suggesting that the service is already satisfying. Meanwhile, attributes that need improvement and show a negative average gap fall under the Tangible and Responsiveness dimensions.

DAFTAR ISI

Isi	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSYARATAN PENGAJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Persepsi Tamu.....	8
2.1.2 Kualitas pelayanan	10
2.1.3 Ekspektasi Tamu	15
2.1.4 Staf front office.....	16
2.1.5 Resort	17
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	18
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Lokasi dan Periode Penelitian.....	25
3.2 Objek Penelitian.....	25
3.3 Identifikasi Variabel.....	25
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.5 Jenis dan Sumber Data	28
3.5.1 Jenis Data	28
3.5.2 Sumber Data	29

3.6	Penentuan Populasi dan Sampel	30
3.6.1	Populasi	30
3.6.2	Sampel	31
3.7	Metode Pengumpulan Data	32
3.7.1	Kuisisioner	33
3.7.2	Observasi	33
3.7.3	Dokumentasi	34
3.8	Analisis Data	34
3.8.1	Uji Validitas	35
3.8.2	Uji Reliabilitas	35
3.8.3	ServQual	36
3.8.3	Importance-Perfomance Analysis (IPA)	39
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1	Gambaran Umum Blue Point Resort and Spa	42
4.1.1	Sejarah Blue Point Resort & Spa	42
4.1.2	Bidang Blue Point Resort & Spa	44
4.1.3	Fasilitas Blue Point Resort & Spa	45
4.1.4	Struktur Organisasi di Front Office Blue Point Resort & Spa	49
4.2	Hasil dan Pembahasan	50
4.2.1	Persepsi Tamu atas Pelayanan Staf Front Office di Blue Point Resort and Spa	56
4.2.2	Upaya Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Staf Front Office di Blue Point Resort and Spa	67
BAB V	PENUTUP	75
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN		81
Lampiran 1	Surat Ijin Penelitian	81
Lampiran 2	Kuisisioner penelitian dalam Bahasa Indonesia	82
Lampiran 3	Kuisisioner dalam Bahasa Indonesia	84
Lampiran 4	Kuisisioner dalam Bahasa Inggris	86
Lampiran 5	Tabulasi Data Ekspektasi	88
Lampiran 6	Tabulasi data Persepsi	89
Lampiran 7	Hasil Uji Validitas	90
Lampiran 8	Hasil Uji Reliabilitas	92
Lampiran 9	IPA (Importance Performance Analysis)	93
Lampiran 10	Diagram Kartesius	94
Lampiran 11	Ulasan Tamu	95
Lampiran 12	Gambar Room, Wedding Chapel, Luhur Spa	97

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Identifikasi variabel dan indikator	31
Tabel 3. 2 Tamu yang Menginap di Blue Point Resort and Spa	31
Tabel 3. 7 Pemberian Skor Untuk Mengukur Harapan Dan Ekspektasi.....	33
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4. 2 Profil responden berdasarkan kebangsaan	51
Tabel 4. 3 Profil responden berdasarkan klasifikasi usia	53
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Tinggal.....	53
Tabel 4. 5 Uji Validitas Kuisisioner.....	55
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas	56
Tabel 4. 7 Hasil test indikator SERVQUAL	56
Tabel 4. 8 Hasil indikator ServQual dimensi Tangible	59
Tabel 4. 9 Hasil indikator ServQual dimensi Reliability	60
Tabel 4. 10 Hasil indikator ServQual dimensi Responsiveness	62
Tabel 4. 11 Hasil indikator ServQual dimensi Assurance.....	64
Tabel 4. 12 Hasil indikator ServQual dimensi Empathy	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ulasan Tamu mengenai Kualitas Pelayanan	3
Gambar 3.1 Diagram Kartesius dari dimensi yang mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan.....	40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi di Front Office Blue Point Resort & Spa.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian.....	81
Lampiran 2 Kuisisioner penelitian dalam Bahasa Indonesia	82
Lampiran 3 Kuisisioner dalam Bahasa Indonesia.....	84
Lampiran 4 Kuisisioner dalam Bahasa Inggris	86
Lampiran 5 Tabulasi Data Ekspektasi	88
Lampiran 6 Tabulasi data Persepsi.....	89
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas.....	90
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas	92
Lampiran 9 IPA (Importance Performance Analysis	93
Lampiran 10 Diagram Kartesius	94
Lampiran 11 Ulasan Tamu	95
Lampiran 12 Gambar Room, Wedding Chapel, Luhur Spa	97

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perhotelan merupakan sektor yang sangat kompetitif dan terus mengalami perubahan. Dalam sektor ini, kualitas pelayanan menjadi aspek krusial yang menentukan kepuasan tamu. Layanan yang berkualitas tidak hanya memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, namun juga turut menentukan keberhasilan sebuah hotel dalam mempertahankan dan menarik tamu baru. Selain itu, pelayanan yang memuaskan mampu meningkatkan loyalitas serta mendorong tamu memberikan rekomendasi positif (Kotler & Keller, 2016).

Parasuraman, Zeithaml & Berry (1996) memberikan kerangka kerja yang komprehensif dengan mengidentifikasi lima dimensi utama yang mempengaruhi persepsi layanan yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Dimensi ini juga diadopsi oleh Kumar & Vetrivel (2015) untuk melakukan penelitian terkait kualitas pelayanan. *Tangibles* mencakup elemen-elemen fisik yang dapat dilihat dan dirasakan tamu, yang berpengaruh pada persepsi mereka terhadap layanan. *Reliability* mengacu pada kemampuan untuk memberikan layanan secara akurat dan konsisten. *Responsiveness* berkaitan dengan kesiapan staf dalam memberikan bantuan. *Assurance* melibatkan pengetahuan, sikap, dan keterampilan staf dalam memberikan rasa aman kepada tamu. Sementara itu, *empathy* adalah kemampuan untuk memahami dan merespons kebutuhan pelanggan secara personal.

Di Blue Point Resort and Spa, staf *front office* dituntut memberikan pelayanan terbaik agar tamu merasa puas. Interaksi langsung staf dengan tamu dari berbagai latar belakang menuntut profesionalisme yang tinggi. Untuk mencapai standar layanan tersebut, manajemen hotel menetapkan *Standar Operasional Prosedur* (SOP) bagi staf *front office*, seperti menyambut dengan ramah, memberikan bantuan secara sigap, selalu tersenyum, serta memiliki pengetahuan mendalam mengenai fasilitas hotel. Respon positif dari tamu akan meningkatkan kepuasan mereka, yang tercermin pada meningkatnya tingkat hunian kamar seperti disajikan pada Tabel 1.1.

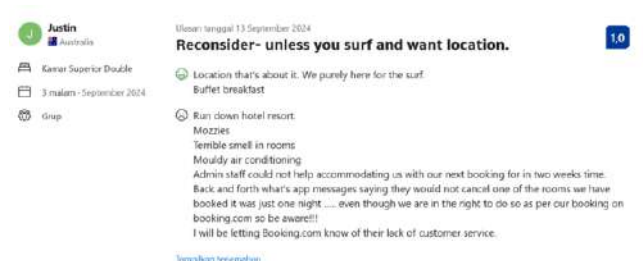
Tabel 1.1 Tingkat Hunian Blue Point Resort and Spa Tahun 2024 & 2025

Bulan	Tingkat Hunian (%)
Desember 2024	76%
Januari 2025	79%
Februari 2025	82%

Sumber: Sistem Hotel Guestpro 2025

Tabel 1.1 menunjukkan adanya peningkatan tingkat hunian kamar dari bulan Desember 2024 ke bulan Februari 2025. Adapun faktor yang menyebabkan peningkatan tingkat hunian ini karena kualitas pelayanan yang diberikan oleh staf *front office*. Walaupun terjadi peningkatan, namun kenaikan tersebut tidak terlalu signifikan yang berarti masih terdapat ketidakpuasan yang dialami oleh tamu. Ulasan yang dirangkum melalui *platform* seperti TripAdvisor bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh staf *front office* belum maksimal. Hal ini dapat dilihat dari komentar tamu yang telah merasakan kualitas pelayanan staf *front office* yang mengindikasikan ketidakpuasan mereka. Misalnya, pada dimensi *responsiveness* yaitu staf tidak mampu memenuhi harapan tamu dalam mengatur

akomodasi pada kunjungan berikutnya. Hal ini memberikan dampak negatif pada kepuasan dan pengalaman tamu, dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Ulasan Tamu mengenai Kualitas Pelayanan
Sumber: TripAdvisor

Selain ulasan online, data rekapan *monthly complaint* yang diberikan tamu saat menginap maupun setelah *check-out* juga mengungkapkan permasalahan serupa. Salah satu keluhan yang menonjol adalah kecepatan staf front office dalam proses *check-in*. Beberapa tamu melaporkan pelayanan yang sangat lama, bahkan disertai perilaku staf yang tidak profesional, seperti berbincang dengan rekan kerja menggunakan bahasa lokal di hadapan tamu. Hal ini menimbulkan persepsi negatif bahwa staf sedang membicarakan tamu secara tidak pantas. Situasi seperti ini tidak hanya memperlambat proses pelayanan, tetapi juga menurunkan citra profesionalisme dan kenyamanan tamu, dapat dilihat (Lampiran 11). Pada dimensi *tangibles*, yaitu masih terdapat staf yang tidak memenuhi standar menggunakan pakaian yang seragam dan identitas (*name tag*), yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap *profesionalisme* dan kredibilitas hotel. Ketika staf tidak berpenampilan rapi dan tidak sesuai dengan standar yang ditetapkan, hal ini dapat menurunkan tingkat kepercayaan tamu terhadap kualitas layanan yang diberikan, dapat dilihat pada Lampiran 11. Pada dimensi *empathy* yaitu staf tidak mampu memahami kebutuhan khusus yang dibutuhkan oleh tamu, sehingga tamu merasa

tidak puas dengan pelayanan yang mereka terima yang dapat mempengaruhi kepuasan tamu. Apabila pelayanan tidak dilakukan dengan maksimal, maka akan mempengaruhi kepuasan tamu di hotel atau *resort* termasuk di Blue Point Resort and Spa. Penelitian sebelumnya juga banyak telah membahas mengenai hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu. Namun, belum ada penelitian yang secara khusus membahas mengenai tingkat kualitas pelayanan staf *front office* memengaruhi kepuasan tamu di Blue Point Resort and Spa. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dilakukan guna mengisi celah (*gap*) penelitian yang ada dan memberikan kontribusi dalam pengembangan manajemen pelayanan di industri perhotelan. Berdasarkan *gap* dan tujuan tersebut, maka penulis melakukan penelitian dengan judul

“Persepsi Tamu terhadap Kualitas Pelayanan Staf Front Office di Blue Point Resort and Spa”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah yang dapat diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan staf *front office* di Blue Point Resort and Spa?
2. Upaya apa yang dapat dilakukan oleh staf *front office* dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada tamu di Blue Point Resort and Spa?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tingkat kepuasan tamu terhadap kualitas pelayanan staf *front office* di Blue Point Resort and Spa. Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan staf *front office* Blue Point Resort and Spa.
2. Menganalisis upaya yang perlu dilakukan oleh staf *front office* dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap persepsi tamu di Blue Point Resort and Spa.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori-teori dalam bidang manajemen perhotelan, khususnya dalam hal pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu. Penelitian ini juga dapat menjadi *referensi* untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan topik ini.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk selanjutnya meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan tamu serta menambah pustaka di Politeknik Negeri Bali.

2. Bagi Perusahaan

Hasil ini dapat digunakan sebagai masukan dan sumber informasi yang berguna bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu pada staf *front office* di Blue Point Resort and Spa.

3. Bagi Peneliti

Manfaat yang didapat dari penulis dengan adanya ini adalah menambah pengetahuan dan wawasan tentang pentingnya kualitas pelayanan untuk meningkatkan persepsi tamu hotel.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada analisis persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan staf *front office* di Blue Point Resort and Spa. Fokus penelitian ini akan mengeksplorasi berbagai dimensi pelayanan yang dilakukan oleh staf *front office*, termasuk dimensi *tangibles* (penampilan fisik staf dan fasilitas yang digunakan), *reliability* (kemampuan staf dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat, konsisten, dan dapat diandalkan), *responsiveness* (kesigapan dalam memberikan pelayanan), komunikasi (kemampuan staf dalam menyampaikan informasi secara jelas dan ramah), *assurance* (mencakup kompetensi, sopan santun, dan kemampuan staf dalam menumbuhkan rasa percaya dan aman kepada tamu), *emphaty* (perhatian yang bersifat individual dari staf kepada tamu, termasuk sikap ramah, peduli, dan kemampuan memahami kebutuhan tamu secara personal).

Batasan penelitian ini hanya mencakup tamu yang menginap di Blue Point Resort and Spa dalam periode waktu tertentu, yaitu Februari sampai Juli 2025. Penelitian ini tidak akan mencakup aspek pelayanan dari departemen lain di hotel,

seperti restoran atau layanan kebersihan, sehingga fokus utama tetap pada interaksi antara tamu dan staf *front office*. Selain itu, penelitian ini akan membatasi analisis pada tamu yang berusia 18 tahun ke atas, untuk memastikan bahwa responden memiliki kapasitas untuk memberikan umpan balik yang relevan dan dapat diandalkan mengenai pengalaman mereka. Dengan batasan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan hasil yang lebih terfokus dan mendalam mengenai kualitas pelayanan oleh staf *front office* dan dampaknya terhadap kepuasan tamu.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa persepsi tamu terhadap pelayanan staf Front Office di Blue Point Resort & Spa secara umum berada pada kategori baik. Nilai rata-rata ekspektasi sebesar 4,72 dan nilai rata-rata persepsi sebesar 4,74 menunjukkan adanya gap positif, yang berarti pelayanan yang diberikan mampu memenuhi bahkan sedikit melampaui harapan tamu. Dimensi *assurance* dan *reliability* memperoleh gap positif, menandakan kinerja yang sesuai atau melebihi ekspektasi. Namun demikian, masih terdapat dimensi pelayanan yang memerlukan peningkatan, yaitu *tangibles*, *responsiveness*, dan *empathy*, yang menunjukkan gap negatif. Indikator dengan gap negatif terbesar adalah Q1 (“staf front office memakai seragam yang sudah sesuai dengan standar hotel”) dengan nilai -0,76, sehingga perlu mendapat perhatian khusus dari manajemen.

Hasil analisis Diagram Kartesius memperkuat temuan tersebut. Mayoritas indikator berada pada Kuadran II, yang berarti aspek pelayanan dianggap penting oleh tamu dan telah dilaksanakan dengan baik oleh hotel. Satu indikator pada dimensi *responsiveness* berada di Kuadran I, menandakan pentingnya peningkatan segera pada aspek tersebut. Sementara itu, indikator terkait kesesuaian seragam staf berada di Kuadran III, yang mencerminkan rendahnya tingkat kepentingan dan

persepsi tamu terhadap aspek tersebut. Tidak terdapat indikator pada Kuadran IV, sehingga tidak ada layanan yang baik namun dinilai kurang penting oleh tamu.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian terhadap rata-rata ekspektasi dan persepsi tamu terhadap pelayanan staf front office di Blue Point Resort and Spa, serta pemetaan melalui diagram kartesius, maka disarankan beberapa langkah strategis yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan secara menyeluruh.

Pertama, perlu dilakukan evaluasi dan peningkatan terhadap dimensi yang menunjukkan nilai gap negatif, khususnya pada dimensi *tangibles*, *responsiveness*, dan *empathy*. Ketidaksesuaian antara ekspektasi dan persepsi tamu terhadap dimensi ini mengidentifikasikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya mampu memenuhi harapan tamu. Secara khusus, perhatian lebih perlu dilakukan pada indikator Q1 mengenai kesesuaian seragam staf dengan standar hotel, yang memperoleh gap tertinggi sebesar -0.76. meskipun indikator ini masuk dalam Kuadran III (prioritas rendah). Nilai gap yang signifikan menjadi sinyal penting bagi manajemen untuk selalu menjaga standar penampilan staf, karena mempengaruhi kesan pertama dan profesionalisme yang dilihat oleh tamu. Pihak manajemen hotel sebaiknya menerapkan “*visual grooming checkpoint*”, yaitu *system* pengecekan penampilan harian staf sebelum mulai bekerja oleh supervisor atau *duty manager*. Pengecekan ini dapat mencakup kesesuaian seragam, kebersihan diri, penggunaan name tag, dan ekspresi wajah ramah.

Kedua, indikator yang masuk dalam kuadran I, pada dimensi *responsiveness*, harus menjadi prioritas utama dalam perbaikan. Indikator dalam kuadran ini mencerminkan pelayanan yang dianggap penting oleh tamu, namun pelaksanaannya belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan untuk peningkatan kecepatan, ketepatan serta kesiapan staf dalam merespon kebutuhan tamu. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan pelatihan intensif secara berkala terkait pelayanan prima dan pemahaman mendalam terhadap standar operasional prosedur (SOP) yang berlaku. Sebagai ide baru untuk mencegah indikator masuk kembali ke Kuadran I, manajemen dapat menerapkan pendekatan sistem pengumpulan evaluasi singkat dari tamu setiap hari (melalui Qr di lobby atau di kamar) yang langsung dikomunikasikan ke tim *front office*. Dengan sistem ini, setiap keluhan atau kekurangan dapat segera ditindaklanjuti dengan mengumpulkan ulasan dari tamu secara teratur untuk mengukur persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan hotel.

Memberikan pelatihan kepada staf untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap dalam melayani tamu. Ketiga, indikator-indikator dalam Kuadran II perlu dipertahankan kualitasnya karena menunjukkan pelayanan yang sudah sesuai harapan tamu. Hal ini dapat dijaga melalui supervisi rutin dan apresiasi terhadap staf berkinerja baik. Keempat, indikator pada Kuadran IV perlu ditinjau kembali terkait efisiensi sumber daya. Meskipun pelayanannya baik, aspek tersebut kurang dianggap penting oleh tamu, sehingga tenaga dan waktu dapat dialihkan ke aspek yang lebih esensial.

Secara keseluruhan, peningkatan pelayanan *front office* harus dilakukan

secara berkelanjutan dengan mengacu pada hasil evaluasi ekspektasi dan persepsi tamu, agar tercipta pengalaman menginap yang memuaskan serta meningkatkan loyalitas tamu.

Bagi Penelitian Selanjutnya dapat memodifikasi model penelitian dengan menambahkan atau mengembangkan indikator maupun variabel lain, dan memungkinkan digunakan pada Departemen lainnya. Hal ini didasari bahwa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan cukup banyak dan berbeda dengan kondisi institusi satu sama lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. F. (2015). Analisis persepsi pelajar tingkat menengah pada sekolah tinggi agama islam negeri kudu. *Edukasia : Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 10(1), 189–210.
- Baba, M. A. (2017). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. <http://repository.iain-manado.ac.id/415/>
- Fadila, S., & Lestari, P. (2013). *Psikologi komunikasi*. Kencana.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE
- Hu, H. H., Kandampully, J., & Juwaheer, D. D. (2009). Relationships and impacts of service quality, perceived valued, customer satisfaction, and image: an empirical study. *Service Industries Journal*, 29(2), 111–125. <https://doi.org/10.1080/02642060802292932>
- Kawatak, S. Y., Samuel, O. W., & Soputan, M. (2023). Persepsi Kepuasan Tamu Terhadap Kualitas Pelayanan Paradise Hotel Golf and Resort Likupang. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 9(1), 1–8. <https://doi.org/10.9744/jmp.9.1.1-8>
- Kertajaya, H. (2004). *Marketing in Venus*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education
- Kumar, R. S., & Vetrivel, T. (2015). *Customer perceptions on service quality of front office staff at hotel*. *International Journal of Management Research and Business Strategy*, 4(1), 101-112.
- Kurniawan, J. (2023). *Penerapan kualitas pelayanan untuk mencapai tingkat kepuasan tamu menggunakan Indikator SERVQUAL pada front office department di hotel grand hyatt jakarta*. 1–14. Sekolah Manajemen Pariwisata dan Logistik Lentera Mondial.
- Kusherdiana, I. W. (2018). *Perilaku konsumen pariwisata*. CV Bali Media.
- Mahdiyah, N. (2015). *Metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Deepublish.
- Mansfeld, P. &. (2000). *Tourism, Crime and International Security Issues*. Chichester, UK: Wiley
- Maroco, A. (2013). *Service quality, customer satisfaction and loyalty in 4- and 5-star hotels*. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 4 (3).
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1986). Importance-performance analysis. *Journal Of Marketing*, 41(1).
- Paramita, N. M. M., Winia, I. N., Suarta, I. K., & Septevany, E. (2022). Guest satisfaction level of front office service during covid-19 in renaissance bali uluwatu resort & spa. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 08(01), 53–63.
- Parasuraman, A. P., Berry, L. leonard, & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Rianty, S. P., & Angga Nadiyanto Prastian. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Sari Ater

- Kamboti. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(4), 2566–2573. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i4.2805>
- Ritchie, G. &. (2006). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (12th ed). Hoboken, NJ; John Wiley & Sons.
- Sagala, A. E. (2023). Optimalisasi kualitas pelayanan front office department di masa new normal terhadap kepuasan tamu. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 2(2).
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson.
- Subakti, A. G., Tenironama, D., & Yuniarso, A. (2018). Analisis Persepsi Konsumen. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8(1), 31. <https://doi.org/10.17509/thej.v8i1.11687>
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Sugiyono. (2013). *No Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Tjiptono. (2011). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*".
- Widjanarko, B. (2019). Konsep Dasar dalam Pengumpulan data Penyajian Data. *Sats4213/Modul 1*, 1–45.