

---

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Front Office Department Hotel Dorsett Grand Subang, Malaysia

Velychia, Amalia Mustika\*, Linda Desafitri Ratu Bilqis  
Institut Pariwisata Trisakti  
\*amaliamustika@iptrisakti.ac.id

### **ABSTRACT**

*This thesis research was carried out with the aim of determining the impact of front office service quality at Dorsett Grand Subang, Malaysia on the level of customer satisfaction. The research method used in this research is descriptive quantitative. This research applies a probability sampling technique, namely a sampling method with various forms of random selection, involving 100 respondents who have visited or stayed at the Dorsett Grand Subang Hotel, Malaysia. The tests carried out included validity tests, reliability tests, descriptive statistical tests, coefficient of determination tests, simple linear regression analysis tests, and T hypothesis tests. From the research conducted, it is known that the highest mean value is for service quality (X) with a score of 4.45 in the very good category, the highest mean value for customer satisfaction (Y) is 4.45 in the very good category. The hypothetical test carried out shows that service quality (X) has an influence on customer satisfaction (Y). Key words: Service Quality, Customer Satisfaction, Front Office.*

**Keywords:** : service quality, customer satisfaction, front office

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilaksanakan bertujuan untuk mengetahui dampak kualitas pelayanan front office di Dorsett Grand Subang, Malaysia terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menerapkan teknik probability sampling, yaitu metode pengambilan sampel dengan berbagai bentuk pemilihan secara acak, yang melibatkan 100 responden yang pernah mengunjungi atau menginap di Hotel Dorsett Grand Subang, Malaysia. Pengujian yang dilakukan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji statistik deskriptif, uji koefisien determinasi, uji analisis regresi linear sederhana, dan uji hipotesis T. Dari penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai mean tertinggi pada kualitas pelayanan (X) dengan skor 4.45 dengan kategori sangat baik, nilai mean tertinggi pada kepuasan pelanggan (Y) sebesar 4.45 dengan kategori sangat baik. Uji hipotesis yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

**Kata Kunci:** kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, front office

### **PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara oleh individu dari suatu tempat ke tempat lain untuk tujuan rekreasi, dan memiliki dampak besar terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan produktivitas sektor-sektor lain (Ilwan et al., 2023; Afifi, 2019). Pariwisata tidak hanya melibatkan destinasi dan wisatawan, tetapi juga aktivitas sosial, budaya, dan ekonomi yang saling berinteraksi (Narendra et al., 2019). Dalam pengembangannya, sektor ini

---

diharapkan mampu menciptakan efek pengganda terhadap ekonomi lokal, namun tetap memperhatikan aspek kelestarian lingkungan dan identitas budaya bangsa (Prathama et al., 2020).

Malaysia sebagai negara yang strategis di Asia Tenggara memiliki wilayah yang terbagi menjadi Malaysia Barat dan Malaysia Timur (Putri & Nailufar, 2021). Salah satu wilayah perkotaan yang berkembang pesat adalah Subang Jaya di negara bagian Selangor, yang dikenal dengan keberadaan institusi pendidikan dan fasilitas modern. Guna menarik kunjungan wisatawan ke kota ini, pelaku usaha pariwisata, khususnya hotel, berlomba-lomba meningkatkan kualitas layanan guna memberikan pengalaman terbaik bagi para tamu.

Hotel Dorsett Grand Subang sebagai salah satu hotel ternama di kawasan Subang Jaya, menjalankan operasionalnya dengan mengedepankan profesionalisme, khususnya di departemen front office yang menjadi garda terdepan dalam pelayanan pelanggan. Departemen ini bertugas melayani tamu sejak proses reservasi, check-in, hingga check-out. Menurut Yolveri (2018), keberhasilan pelayanan front office sangat ditentukan oleh kemampuan komunikasi dan responsivitas karyawan dalam memahami dan memenuhi kebutuhan tamu secara cepat dan tepat.

Kualitas pelayanan menjadi indikator penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Mursyidah (2021) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh pelanggan terhadap kinerja penyedia jasa, yang dibandingkan dengan harapan mereka. Dalam industri perhotelan, kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap persepsi tamu dan loyalitas mereka terhadap hotel. Penelitian Rumengan et al. (2019) juga menekankan bahwa keberhasilan pelayanan sangat tergantung pada konsistensi kualitas dan pengalaman tamu selama berinteraksi dengan staf hotel.

Kepuasan pelanggan timbul ketika ekspektasi mereka terpenuhi, bahkan terlampaui. Berdasarkan ulasan pelanggan di berbagai platform seperti Tripadvisor, Hotel Dorsett Grand Subang umumnya mendapatkan respons positif, meskipun tetap ada ruang untuk peningkatan layanan. Keterkaitan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menjadi penting untuk dikaji lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan di Front Office Department Hotel Dorsett Grand Subang, Malaysia” dengan fokus pada evaluasi kualitas layanan dan dampaknya terhadap kepuasan tamu hotel.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Teori Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah ukuran penting dalam mengevaluasi efektivitas penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan yang diberikan harus mampu melampaui tingkat kepentingan pelanggan agar tercipta kepuasan yang maksimal (Ritonga et al., 2020). Kualitas pelayanan yang baik menjadi tolok ukur keberhasilan produk atau layanan berdasarkan manfaat dan fungsi yang dirasakan pelanggan (Estamarinda et al., 2017). Mutu pelayanan sangat tergantung pada kesenjangan antara harapan dan kenyataan (Riyadin, 2019), serta menjadi penentu dalam membentuk loyalitas dan kepuasan pelanggan jangka panjang (Susepti et al., 2017).

Karakteristik dari pelayanan mencakup intangibility (tidak berwujud), inseparability (tidak terpisahkan), variability (bervariasi), dan perishability (tidak tahan lama). Intangibility menunjukkan bahwa jasa tidak bisa dirasakan atau diuji sebelum dikonsumsi. Inseparability menekankan bahwa produksi dan konsumsi terjadi secara

---

bersamaan. Variability menggambarkan perbedaan kualitas tergantung pada penyedia dan kondisi pelayanannya. Sementara perishability menyiratkan bahwa jasa tidak bisa disimpan, sehingga pengelolaan permintaan menjadi sangat penting. Interaksi antara pelanggan dan penyedia jasa menjadi krusial dalam menciptakan nilai layanan.

### **Indikator Kualitas Pelayanan**

Indikator kualitas pelayanan menurut Estamarinda et al. (2021) terdiri dari lima dimensi utama: tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Tangible meliputi tampilan fisik seperti fasilitas dan penampilan karyawan. Reliability berkaitan dengan konsistensi layanan yang sesuai dengan janji dan tepat waktu. Responsiveness menggambarkan kesiapan karyawan dalam memberikan layanan secara cepat dan efisien, sedangkan assurance mencerminkan kepercayaan yang dibangun melalui perilaku profesional dan pengetahuan karyawan.

Empathy adalah bentuk perhatian dan kepedulian karyawan secara individu kepada pelanggan. Kelima indikator tersebut tidak hanya mempengaruhi pengalaman pelanggan, tetapi juga memperkuat hubungan emosional antara pelanggan dan penyedia jasa. Jika indikator-indikator ini terpenuhi secara optimal, maka pelanggan cenderung merasa puas, loyal, dan memberikan ulasan positif terhadap layanan yang diterima. Dalam konteks perhotelan, keberhasilan indikator-indikator ini sangat menentukan persepsi pelanggan terhadap keseluruhan pelayanan.

### **Teori Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan ukuran krusial yang menentukan keberhasilan suatu layanan jasa. Menurut Apriliana dan Sukaris (2022), kepuasan timbul ketika harapan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan terpenuhi atau bahkan terlampaui. Ketidakpuasan biasanya muncul dari ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan layanan yang diterima. Zikri et al. (2022) menambahkan bahwa respons emosional pelanggan sangat menentukan, di mana pengalaman yang lebih baik dari harapan akan menghasilkan rasa senang, sedangkan sebaliknya akan menimbulkan kekecewaan.

Indrasari juga menjelaskan bahwa kepuasan adalah hasil perbandingan antara kinerja aktual dengan ekspektasi pelanggan. Bila hasil melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan merasa puas, bahkan cenderung untuk menjadi pelanggan tetap. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat memicu kehilangan pelanggan. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan tidak hanya penting untuk mempertahankan konsumen, tetapi juga untuk menciptakan promosi dari mulut ke mulut dan peningkatan loyalitas jangka panjang (Apriliana dan Sukaris, 2022).

### **Indikator Kepuasan Pelanggan**

Indikator utama kepuasan pelanggan menurut Syahriah et al. (2019) meliputi: kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Kesesuaian harapan mencerminkan sejauh mana pelayanan yang diterima sesuai dengan ekspektasi. Minat berkunjung kembali menjadi indikator loyalitas yang menunjukkan kepuasan terhadap pengalaman sebelumnya. Sedangkan kesediaan untuk merekomendasikan menunjukkan bahwa pelanggan percaya pada nilai dan kualitas yang diterimanya.

Warsito (2024) menambahkan bahwa kualitas produk dan pelayanan juga memegang peranan penting dalam kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa produk sesuai dengan harapan akan lebih mungkin merasa puas. Sementara itu, interaksi

---

pelayanan yang ramah dan solutif turut memperkuat persepsi positif terhadap perusahaan. Oleh karena itu, indikator-indikator ini sangat berpengaruh dalam menentukan loyalitas dan perilaku pembelian ulang pelanggan.

## **Hotel**

Hotel adalah entitas usaha jasa yang menyediakan penginapan, makanan, minuman, dan layanan lainnya secara komersial. Menurut Noviasuti et al. (2020), hotel tidak hanya menawarkan tempat menginap, tetapi juga pengalaman layanan yang bersifat tidak berwujud dan tidak berpindah kepemilikan. Hotel bertujuan untuk memberikan kenyamanan sementara bagi para tamu yang membutuhkan akomodasi dalam perjalanan. American Hotel and Motel Association (AHMA) mendefinisikan hotel sebagai tempat yang menyediakan berbagai fasilitas bagi tamu untuk tinggal sementara (Soewarno et al., 2021). Dengan demikian, hotel menjadi bagian integral dari industri pariwisata yang harus terus berinovasi dalam layanan dan fasilitas demi memenuhi kebutuhan tamu serta meningkatkan kepuasan mereka secara berkelanjutan.

## **Teori Front Office**

Front office adalah departemen utama yang berperan sebagai garda depan pelayanan tamu di hotel. Departemen ini menjadi penghubung antara tamu dan departemen lain seperti food and beverage, housekeeping, dan engineering. Menurut Ananda et al. (2023), front office bertugas melayani tamu mulai dari reservasi hingga check-out, serta memastikan kebutuhan dan kenyamanan tamu terpenuhi secara optimal. Kisti et al. menjelaskan struktur front office mencakup beberapa bagian: reservation yang menangani pemesanan, receptionist untuk check-in/check-out, concierge yang membantu tamu secara langsung, operator yang menangani komunikasi, serta GRO (Guest Relations Officer) yang memastikan kepuasan tamu. Keberhasilan kinerja front office sangat bergantung pada kecepatan, kehangatan, dan profesionalisme staf, yang secara langsung memengaruhi kesan tamu terhadap keseluruhan pengalaman menginap (Suardana dan Wandani, 2020).

## **METODE PENELITIAN**

### **Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif korelasional. Pendekatan ini sesuai untuk memperoleh data numerik dan objektif mengenai pendapat dan perilaku responden terhadap variabel yang diteliti, yakni kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terstruktur yang tidak mendalam, namun mampu digeneralisasi (Prawiyogi et al., 2021). Pendekatan ini bersandar pada filsafat positivisme yang menekankan pengujian hipotesis secara empiris dan obyektif.

Penelitian deskriptif korelasional digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel tanpa memanipulasi variabel tersebut. Fokus utamanya adalah menggambarkan fakta dan hubungan yang terjadi di lapangan secara sistematis. Penelitian ini memanfaatkan analisis statistik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan front office terhadap kepuasan pelanggan Hotel Dorsett Grand Subang. Metode ini efektif untuk menguji keterkaitan antar variabel melalui data kuantitatif yang diperoleh langsung dari responden.

---

## **Unit Analisis Penelitian**

Unit analisis penelitian ini adalah pelanggan atau tamu yang pernah menginap di Hotel Dorsett Grand Subang, Malaysia. Analisis ini melibatkan data demografis responden seperti jenis kelamin, usia, dan pekerjaan untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh terhadap karakteristik konsumen. Pemilihan unit analisis ini dimaksudkan agar fokus penelitian tepat sasaran dan mencerminkan pengalaman serta persepsi tamu terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Dengan mengkaji respon dari pelanggan secara langsung, penulis berharap dapat memperoleh temuan yang relevan terhadap hubungan antar variabel penelitian.

## **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh tamu yang pernah menginap di Hotel Dorsett Grand Subang. Mengacu pada pendapat Amin et al. (2023), populasi didefinisikan sebagai kumpulan elemen yang memiliki karakteristik tertentu dan relevan dengan tujuan penelitian. Sampel ditentukan menggunakan teknik probability sampling, dengan pertimbangan setiap elemen populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih. Metode ini menghasilkan sampel yang representatif. Untuk menghitung jumlah sampel, penulis menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 10%, dari total populasi 6.000 orang, diperoleh jumlah sampel sebesar 98 responden (Amin et al., 2023).

## **Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel utama: variabel independen (X) yaitu kualitas pelayanan, dan variabel dependen (Y) yaitu kepuasan pelanggan. Variabel dianggap sebagai atribut yang dapat berubah dan diukur untuk menjawab hipotesis penelitian (Qothrunnada, 2021). Penentuan variabel ini penting untuk mengetahui hubungan sebab-akibat dalam konteks layanan hotel. Pengukuran variabel dilakukan melalui instrumen yang sesuai skala. Penelitian ini menggunakan beberapa jenis skala, antara lain nominal untuk klasifikasi responden, ordinal untuk urutan preferensi, interval untuk jarak nilai yang sama, dan Likert untuk mengukur sikap dan persepsi responden terhadap indikator yang telah ditentukan (Taluke et al., 2019).

## **Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert 1–5 digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan. Skala ini mengindikasikan tingkat persetujuan dari responden terhadap setiap pernyataan yang diberikan, dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”. Setiap indikator dimasukkan ke dalam item pertanyaan, mencakup dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, serta indikator kepuasan seperti kesesuaian harapan, minat untuk kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Semua data dikumpulkan untuk mengukur seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

## **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dibagi menjadi dua jenis: data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari sumber utama melalui pengisian kuesioner oleh tamu hotel. Kuesioner berisi pertanyaan mengenai kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di Front Office Hotel Dorsett Grand Subang (Olivia et al., 2019). Sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai literatur seperti jurnal, buku, dan sumber daring yang relevan untuk memperkuat analisis dan landasan teori (Afif, 2019). Penggunaan dua jenis data ini bertujuan untuk memastikan validitas dan kelengkapan informasi dalam penelitian.

---

## Metode Analisis Data

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah pertanyaan dalam kuesioner sah dalam mengukur variabel. Teknik korelasi Pearson digunakan untuk menilai hubungan antar item dengan total skor (Ningsih et al., 2021). Pertanyaan yang memiliki nilai korelasi di bawah batas yang ditetapkan ( $r < 0,374$ ) dianggap tidak valid dan tidak digunakan lebih lanjut. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan rumus Alpha Cronbach. Hasil  $\alpha > 0,60$  menandakan bahwa instrumen dapat dipercaya. Kemudian uji T digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh tersebut. Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka pengaruh dinyatakan signifikan.

## Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada April hingga Juni 2024 di Subang Jaya, Malaysia. Penyebaran kuesioner menjadi tahapan krusial untuk memperoleh data primer yang dibutuhkan dalam menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

| No.                      | Variabel  | r-tabel | r-hitung | Keterangan   |
|--------------------------|---|---------|----------|--------------|
| <i>A. Tangible</i>       |   |         |          |              |
| 1.                       | Penampilan pekerja hotel  | 0,197   | 0,835    | Valid        |
| 2.                       | Resepsionis menguasai <i>product knowledges</i> di hotel                                | 0,197   | 0,852    | Valid        |
| <i>B. Reliability</i>    |   |         |          |              |
| 1.                       | Pemberian informasi yang lengkap  | 0,197   | 0,851    | Valid        |
| 2.                       | Penjelasan informasi yang baik untuk pemenuhan pelanggan                                | 0,197   | 0,819    | Valid        |
| <i>C. Responsiveness</i> |   |         |          |              |
| 1.                       | Kecepatan resepsionis dalam menanggapi pelanggan yang butuh bantuan                     | 0,197   | 0,869    | <i>Valid</i> |
| 2.                       | Kemampuan resepsionis menyambut tamu dengan cepat saat baru datang ke <i>front desk</i> | 0,197   | 0,806    | <i>Valid</i> |
| <i>D. Assurance</i>      |   |         |          |              |
| 1.                       | Resepsionis menjamin reservasi kamar dan menjamin tamu untuk mendapatkan kamar          | 0,197   | 0,881    | <i>Valid</i> |
| 2.                       | Resepsionis mampu memberikan kenyamanan pada tamu                                       | 0,197   | 0,821    | <i>Valid</i> |
| <i>E. Emphaty</i>        |   |         |          |              |
| 1.                       | Kemampuan resepsionis memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan              | 0,197   | 0,874    | <i>Valid</i> |
| 2.                       | Resepsionis memiliki kepekaan terhadap permasalahan yang dimiliki tamu                  | 0,197   | 0,875    | <i>Valid</i> |

---

Sumber : Hasil Olah Data Primer Menggunakan SPSS 29 (2024)

Berdasarkan Tabel 4.1, dapat disimpulkan bahwa dari 10 pernyataan Variabel X (Kualitas Pelayanan), semua pernyataan terbukti *valid* sesuai dengan kriteria dalam uji validitas, yaitu apabila nilai r (hitung) lebih besar dari r (tabel). Oleh karena itu, pernyataan – pernyataan tersebut layak untuk dilakukan analisis lebih lanjut. Untuk menghitung nilai r (tabel), digunakan rumus derajat kebebasan (df) = N – 2, yang dalam kasus ini menghasilkan df = 98. Nilai kritis Pearson untuk df = 98 adalah 0,197.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

| No.   | Variabel  | r-tabel | r-hitung | keterangan |
|---|---|---------|----------|------------|
| <b>A. Kesesuaian Harapan</b>                |   |         |          |            |
| 1.  | Jasa atau produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan pelanggan          | 0,197   | 0,870    | Valid      |
| 2.  | Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan                  | 0,197   | 0,852    | Valid      |
| <b>B. Minat untuk berkunjung kembali</b>    |   |         |          |            |
| 1.  | Bersedia untuk berkunjung kembali ke hotel                                | 0,197   | 0,871    | Valid      |
| 2.  | Bersedia untuk menginap kembali ke hotel                                  | 0,197   | 0,864    | Valid      |
| <b>C. Kesiediaan untuk merekomendasikan</b> |   |         |          |            |
| 1.  | Bersedia untuk merekomendasikan berkunjung ke hotel                       | 0,197   | 0,865    | Valid      |
| 2.  | Bersedia mengajak teman, kerabat, atau keluarga untuk berkunjung ke hotel | 0,197   | 0,923    | Valid      |
| <b>D. Kualitas Pelayanan</b>                |   |         |          |            |
| 1.  | Pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan                            | 0,197   | 0,879    | Valid      |
| 2.  | Pelayanan yang diberikan efektif dan cepat                                | 0,197   | 0,908    | Valid      |

Sumber : Hasil Olah Data Primer Menggunakan SPSS (2024)

Berdasarkan Tabel 4.2, dapat disimpulkan bahwa dari 8 pernyataan Variabel Y (Kepuasan Pelanggan), semua pernyataan terbukti *valid* sesuai dengan kriteria dalam uji validitas yakni apabila nilai r (hitung) lebih besar dari r (tabel). Oleh karena itu, pernyataan – pernyataan tersebut layak untuk dilakukan analisis lebih lanjut. Untuk menghitung nilai r (tabel), digunakan rumus dengan derajat kebebasan (df) = N – 2, yang dalam kasus ini menghasilkan df = 98. Nilai kritis Pearson untuk df = 98 adalah 0,197.

Tabel 3. Uji Reliabilitas Variabel X (Kualitas Pelayanan)

| Reliability Statistic |           |
|-----------------------|-----------|
| Cronbach's Alpha      | N of Item |
| 0.956                 | 10        |

Sumber : Hasil Olah Data Primer Menggunakan SPSS 29 (2024)

Dalam hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS (*Statistical Package For Social Science*) versi 29 dan metode *Cronbach's Alpha*, diperoleh nilai 0,956 dari 10 pernyataan. Penelitian dianggap *reliable*, apabila nilai  $\alpha > 0,60$  yang menunjukkan reliabilitas (dapat dipercaya). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X) dapat diandalkan.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)

| Reliability Statistic |           |
|-----------------------|-----------|
| Cronbach's Alpha      | N of Item |
| 0.957                 | 8         |

Sumber : Hasil Olah Data Primer Menggunakan SPSS 29 (2024)

Dalam hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS (*Statistical Package For Social Science*) versi 29 dan metode *Cronbach's Alpha*, diperoleh nilai 0,957 dari 8 pernyataan. Penelitian dianggap *reliable*, apabila nilai  $\alpha > 0,60$  yang menunjukkan reliabilitas (dapat dipercaya). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X) dapat diandalkan.

Tabel 5. Jenis Kelamin

| Keterangan | Frekuensi | Persentase |
|------------|-----------|------------|
| Laki-Laki  | 15        | 15%        |
| Perempuan  | 85        | 85%        |
| Total      | 100       | 100%       |

Sumber : Hasil Olah Data Primer Menggunakan SPSS 29 (2024)

Menurut Tabel 5, terlihat bahwa jumlah total responden adalah 100 orang, dengan 15% berjenis kelamin laki – laki dan 85% berjenis kelamin perempuan. Pengolahan data menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan. Maka dapat dikatakan bahwa perempuan menjadi kelompok terbanyak yang menginap atau mengunjungi Hotel Dorsett Grand Subang, Malaysia.

Tabel 6. Usia

| Keterangan  | Frekuensi | Persentase |
|-------------|-----------|------------|
| < 25 tahun  | 42        | 42%        |
| 26-34 tahun | 8         | 8%         |
| 35-44 tahun | 39        | 39%        |
| > 44 tahun  | 11        | 11%        |
| Total       | 100       | 100%       |

Sumber : Hasil Olah Data Primer Menggunakan SPSS 29 (2024)

Menurut Tabel 6, dapat disimpulkan bahwa dari total 100 responden, sebanyak 42% berusia kurang dari 25 tahun, 8% berusia antara 26 hingga 34 tahun, 39% berusia antara 35 hingga 44 tahun, dan 11% berusia lebih dari 44 tahun. Hal ini menggambarkan bahwa mayoritas kunjungan ke Hotel Dorsett Grand Subang, Malaysia adalah mereka yang berusia < 25 tahun.

Tabel 7. Pekerjaan

| Keterangan       | Frekuensi | Persentase |
|------------------|-----------|------------|
| Pelajar          | 39        | 39%        |
| Pegawai Negeri   | 1         | 1%         |
| Pegawai Swasta   | 17        | 17%        |
| Wirausaha        | 28        | 28%        |
| Ibu Rumah Tangga | 13        | 13%        |
| Yoga Teacher     | 1         | 1%         |
| Dokter           | 1         | 1%         |
| Total            | 100       | 100%       |

Sumber : Hasil Olah Data Primer Menggunakan SPSS 29 (2024)

Menurut Tabel 7, dilihat bahwa dari 100 orang responden, responden pelajar/mahasiswa sebanyak 39%, responden pegawai negeri sebanyak 1%, responden pegawai swasta sebanyak 17%, responden wirausaha sebanyak 28%, responden ibu rumah tangga sebanyak 13%, kemudian responden guru yoga sebanyak 1% dan responden dokter sebanyak 1%. Hal ini menggambarkan bahwa mayoritas responden yang melakukan kunjungan atau menginap di Hotel Dorsett Grand Subang, Malaysia adalah mereka yang merupakan pelajar / mahasiswa.

Tabel 8. Banyaknya Kunjungan

| Keterangan | Frekuensi | Persentase |
|------------|-----------|------------|
| 1-2 kali   | 88        | 88%        |
| 3-5 kali   | 10        | 10%        |
| > 5 kali   | 2         | 2%         |
| Total      | 100       | 100%       |

Sumber : Hasil Olah Data Primer Menggunakan SPSS 29 (2024)

Menurut Tabel 8, terlihat bahwa dari total 100 responden, responden yang pernah berkunjung ke hotel 1 – 2 kali sebanyak 88%, responden yang pernah berkunjung 3 – 5 kali sebanyak 10%, kemudian responden yang pernah berkunjung sebanyak > 5 kali adalah sebanyak 2%. Hal ini menggambarkan bahwa mayoritas responden melakukan kunjungan atau menginap di Hotel Dorsett Grand Subang, Malaysia sebanyak 1 – 2 kali.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

| R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of The Estimate |
|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| .874 <sup>a</sup> | .764     | .762              | 2.109                      |

Sumber : Hasil Olah Data Primer Menggunakan SPSS 29 (2024)

Dari Tabel 9, didapati bahwa koefisien determinasi (*R Square*) adalah memiliki nilai 0,764 yang setara dengan 76,4%. Hal ini mengindikasikan bahwa Variabel X (Kualitas Pelayanan) berpengaruh sebesar 76,4% terhadap Variabel Y (Kepuasan Pelanggan), sedangkan sisanya 23,6% dipengaruhi oleh faktor lain selain kualitas pelayanan. Dengan kata lain, semakin tinggi nilai *R Square*, semakin besar pengaruh variabel *independent* (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel *dependen* (Kepuasan Pelanggan) dalam model regresi yang digunakan. Namun, pengaruh variabel kualitas pelayanan termasuk signifikan, masih terdapat faktor lain diluar variabel ini yang berkontribusi terhadap

---

variasi dalam kepuasan pelanggan.

Tabel 10. Uji Hipotesis

| Model              | Unstandardized |            | Standardized | t      | Sig. |
|--------------------|----------------|------------|--------------|--------|------|
|                    | Coefficients   |            | Coefficients |        |      |
|                    | B              | Std. Error | Beta         |        |      |
| (Constant)         | 1.474          | 1.907      |              | .773   | .441 |
| Kualitas Pelayanan | .766           | .043       | .874         | 17.826 | .001 |

Sumber : Hasil Olah Data Primer Menggunakan SPSS 29 (2024)

Menurut Tabel 10 di atas, hasilnya menunjukkan bahwa  $t$  (hitung) adalah 17.926. Dalam penelitian dengan 100 responden dan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ , nilai  $t$  (tabel) yang diperoleh adalah 1,661. Hasil yang secara jelas menunjukkan bahwa  $t$  (hitung) lebih besar dari  $t$  (tabel) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan. Dengan demikian, hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis *alternative* ( $H_a$ ) diterima. Maka, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan *front office* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Dorsett Grand Subang, Malaysia.

#### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan uji statistik, penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan *front office* di Hotel Dorsett Grand Subang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan melalui rata-rata skor variabel kualitas pelayanan sebesar 4,40 yang menunjukkan kategori sangat baik, serta hasil uji  $t$  yang menunjukkan  $t$  hitung 17,926 >  $t$  tabel 1,661 dengan tingkat signifikansi 0,05. Uji regresi linear sederhana menghasilkan koefisien regresi sebesar 0,766, mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,766 satuan. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pihak Hotel Dorsett Grand Subang meningkatkan kompetensi *product knowledge* para resepsionis, karena aspek ini memiliki nilai terendah pada dimensi *tangible*. Selain itu, untuk meningkatkan minat kunjungan kembali yang juga bernilai paling rendah dalam indikator kepuasan pelanggan, hotel dapat mempertimbangkan strategi promosi seperti diskon atau *loyalty program*. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi variabel atau metode penelitian yang berbeda guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif dan memperluas cakupan studi pada sektor pelayanan perhotelan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afif, Muhammad. (2019). Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian *Packing* Produk Minuman PT. Singa Mas Pandaan. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*. 1(2), 103 – 125.
- Afifi, Mustofa. (2019). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2011 – 2017. *Schemantic Scholar*.
- Amin, N, F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*. 14(1), 15 – 31.
- Ananda, C, G., Fatimah, D, P., & Nugraha, R., N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan *Front Office* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengelolaan Hotel Horison Bekasi. *Jurnal*

- 
- Daya Saing*. 9(1), 93 – 104.
- Apriliana dan Sukaris. (2022). Analisa Kualitas Layanan Pada CV. Singoyudho Nusantara. *Jurnal Maneksi*. 11(2), 498 – 504.
- Estamarinda, E., Akila & Sinarti, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hompizz Pizza Palembang. *Jurnal Manivestasi*. 3(1), 69 – 82.
- Ilwan. Azhar dan Rosita. (2023). *Promotion Tourism Wawoangi Village*. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(8), 7271 – 7280.
- Mursyidah, Desta Sulaesih. (2021). Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen *Showroom X* Kota Bandung. *Journal Management, Business, and Accounting*. 20(3), 222 – 234.
- Narendra, A, N., Habsari, S, K., & Ardianto, D, T. (2019). Kepemilikan Serta Pembentukan Modal Sosial Oleh Wisatawan Dalam Memilih House of Sempoerna Sebagai Daya Tarik Wisata. *Jurnal Pariwisata Pesona*. 4(1). 68 – 80.
- Ningsih, W., Kamaludin, M., & Alfian, R. (2021). Hubungan Media Pembelajaran Dengan Peningkatan Motivasi Belajar Mahasiswa Pada Mata Pelajaran PAI di SMP Iptek Sengkol Tangerang Selatan. 6(1), 78 – 92.
- Noviastuti, N., dan Cahyadi, D, A. (2020). Pesan Reservasi Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Tamu di Hotel Novotel Lampung. *Jurnal Nusantara (Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Perhotelan)*. 3(1), 31 – 37.
- Olivia, J., & Nurfebiaraning. (2019). Pengaruh *Video Advertising* Tokopedia Versi “Jadikan Ramadhan Kesempatan Terbaik” Terhadap Respon Afektif Khalayak. *Jurnal Lontar*. 7(1). 16 – 24.
- Prathama, A., Nuraini R., E., & Firdausi, Y. (2020). Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Dalam Perspektif Lingkungan (Studi Kasus Wisata Alam Waduk Gondang di Kabupaten Lamongan). *Jurnal Sosial Ekonomi dan Politik*. 1(3), 29 – 38.
- Prawiyogi, A., Tia., Andry., & Popy Nur Elisa. (2021). Penggunaan *Media Big Book* Untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*. 5(1), 447 – 452.
- Putri, Vanya Karunia dan Nailufar. (2021, 5 Maret). *Karakteristik Geografis Malaysia*. Diakses pada 23 April 2024, dari <https://www.kompas.com/skola/read/2021/03/05/141835769/karakteristik-geografis-malaysia>.
- Ritonga, H, M., Pane, D, N., & Rahmah, C, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan. *Jurnal Manajemen Tools*. 12(2), 30 – 44.
- Riyadin. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Studi Kasus Pada Desa Pekalongan). *Jurnal Simplex*. 2(1), 41 – 50.
- Rumengan, F., Femmy, T., & Londa, V. (2019). Kualitas Pelayanan Pembuatan Sertifikat Tanah di Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Administrasi Publik*. 5(85). 47 – 56.
- Soewarno. Hudiyani dan Sugiarti. (2023, 22 November). *Health and Safety Regulation di Lingkungan Hotel*. Diakses pada 23 April 2024, dari <https://www.kompasiana.com/i16504/655e2d5a110fce4663572c17/health-and-safety-regulation-di-lingkungan-hotel?page=2>
- Suardana, I, K., & Wandani, D, A. (2020). Peranan Resepsionis Dalam Melayani Tamu Untuk Menunjang Tingkat Hunian di *Queen Of The South Resort* Yogyakarta. *Jurnal Nusantara (Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Perhotelan)*. 3(2), 39 – 50.
- Susepti, A., Hamid, D., & Kusumawati, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Tamu Hotel. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 50(5), 27 – 36.
-

- 
- Syahriah, A. N., Akib, H., Mardatilla, A. M., & Syarifuddin. (2024). Pengaruh *Service Quality* (Kualitas Pelayanan) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Servis Bengkel Faisal Kabupaten Gowa. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum (JADBISFISH)*. 3(1). 25 – 34.
- Taluke, D., Lakat, R, S, M., & Sembel, A. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Spasial*. 6(2). 531 – 540.
- Qothrunnada, Kholida. (2021, 22 November). *Pengertian Variabel dan Jenisnya Dalam Penelitian*. Diakses pada 10 Mei 2024, dari <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5821887/pengertian-variabel-dan-jenisnya-dalam-penelitian>
- Warsito, Anggie. (2024, 19 April). *Indikator Kepuasan Pelanggan dan Metode Untuk Mengukurnya*. Diakses pada 27 April 2024, dari <https://glints.com/id/lowongan/faktor-kepuasan-pelanggan-dan-metodenya/>
- Yolveri. (2018). Optimalisasi Peranan *Front Office* Dalam Melayani Tamu *Check – In* dan *Check – Out* di Grand Kartini Hotel Bukit Tinggi. *Menara Ilmu*, 9(2), 145 – 154.