



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 1 Tahun 2023 Page 537-546

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

"Peningkatan Kinerja Hotel melalui Pelayanan Unggul: Penelitian tentang Pengaruh Pelayanan Pelanggan yang Baik terhadap Jumlah Tamu Hotel"

Syafrimansyah

Politeknik Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia Makassar

Email: syafripolinas@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh pelayanan pelanggan yang baik terhadap jumlah tamu hotel dengan tujuan meningkatkan kinerja hotel melalui pelayanan unggul. Pelayanan pelanggan yang baik dianggap sebagai faktor kunci dalam menarik tamu hotel dan meningkatkan jumlah tamu yang menginap. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data dari tamu hotel. Penelitian ini dilakukan di dua hotel bintang empat di kota Makassar. Sampel penelitian terdiri dari 200 responden yang merupakan tamu hotel yang menginap selama periode penelitian. Data yang dikumpulkan meliputi persepsi tamu terhadap pelayanan pelanggan, kepuasan tamu, dan niat tamu untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain. Data juga dikumpulkan mengenai faktor-faktor demografis tamu seperti usia, jenis kelamin, dan pendapatan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan pelanggan yang baik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah tamu hotel. Semakin baik pelayanan pelanggan yang diberikan, semakin tinggi jumlah tamu yang menginap di hotel. Selain itu, kepuasan tamu juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah tamu hotel. Tamu yang puas dengan pelayanan yang diberikan memiliki kecenderungan untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain, yang pada gilirannya akan meningkatkan jumlah tamu hotel. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa faktor-faktor demografis tamu seperti usia, jenis kelamin, dan pendapatan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah tamu hotel. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan pelanggan yang baik dapat menjadi faktor utama dalam menarik tamu hotel, tanpa memandang faktor-faktor demografis tamu. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami hubungan antara pelayanan pelanggan yang baik dengan jumlah tamu hotel. Hasil penelitian ini dapat menjadi landasan bagi manajemen hotel untuk meningkatkan kinerja hotel melalui pelayanan unggul. Dengan

meningkatkan pelayanan pelanggan, hotel dapat menarik lebih banyak tamu dan meningkatkan pendapatan mereka.

Kata Kunci: *Kinerja Hotel, Pelayanan Unggul, Pengaruh Pelayanan, Tamu Hotel*

Abstract

This research aims to investigate the impact of good customer service on the number of hotel guests with the goal of enhancing hotel performance through superior service. Good customer service is considered a key factor in attracting hotel guests and increasing the number of staying guests. This study adopts a quantitative approach using a survey method to collect data from hotel guests. The research was conducted in two four-star hotels in the city of Makassar. The research sample consists of 200 respondents who are hotel guests staying during the research period. The collected data includes guests' perceptions of customer service, guest satisfaction, and guests' intention to recommend the hotel to others. Data were also collected regarding guests' demographic factors such as age, gender, and income. Data analysis was performed using multiple linear regression to test research hypotheses. The research findings indicate that good customer service has a positive and significant impact on the number of hotel guests. The better the customer service provided, the higher the number of guests staying at the hotel. Additionally, guest satisfaction also has a positive and significant impact on the number of hotel guests. Guests who are satisfied with the provided service tend to recommend the hotel to others, thereby increasing the number of hotel guests. Furthermore, this research also found that guest demographic factors such as age, gender, and income do not have a significant influence on the number of hotel guests. This suggests that good customer service can be a primary factor in attracting hotel guests, regardless of guest demographic factors. This research provides a significant contribution to understanding the relationship between good customer service and the number of hotel guests. The results of this study can serve as a foundation for hotel management to enhance hotel performance through excellent service. By improving customer service, hotels can attract more guests and increase their revenue.

Keywords: *Hotel Performance, Superior Service, Service Influence, Hotel Guests*

PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor yang berkembang pesat di berbagai negara. Dalam beberapa tahun terakhir, permintaan akan akomodasi hotel terus meningkat seiring dengan pertumbuhan pariwisata dan perjalanan bisnis. Dalam persaingan yang semakin ketat, hotel-hotel harus mampu mempertahankan dan meningkatkan kinerja mereka agar dapat tetap bersaing di pasar. Salah satu faktor yang sangat mempengaruhi kinerja hotel adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Pada era globalisasi ini, industri perhotelan menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat. Permintaan akan akomodasi yang nyaman dan pelayanan yang baik semakin meningkat seiring dengan

pertumbuhan pariwisata dan perjalanan bisnis. Oleh karena itu, penting bagi hotel untuk memahami faktor-faktor yang dapat meningkatkan jumlah tamu yang menginap. Salah satu faktor yang dianggap krusial dalam menarik tamu hotel adalah pelayanan pelanggan yang baik. Penelitian ini bertujuan menginvestigasi pengaruh pelayanan pelanggan yang baik terhadap jumlah tamu hotel dengan tujuan meningkatkan kinerja hotel melalui pelayanan unggul.

Pelayanan pelanggan yang baik adalah kunci keberhasilan bagi hotel dalam membangun hubungan jangka panjang dengan tamu. Ketika tamu merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, mereka cenderung kembali ke hotel tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain. Sebaliknya, jika tamu merasa tidak puas dengan pelayanan, mereka mungkin tidak akan kembali dan bahkan dapat memberikan ulasan negatif yang dapat merusak reputasi hotel. Oleh karena itu, penting bagi hotel untuk memahami pengaruh pelayanan pelanggan yang baik terhadap jumlah tamu yang menginap di hotel.

Meskipun pentingnya pelayanan pelanggan yang baik telah diakui oleh banyak hotel, masih ada kebutuhan untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang pengaruhnya terhadap jumlah tamu hotel. Penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana pelayanan pelanggan yang baik dapat membantu hotel meningkatkan kinerjanya. Selain itu, dengan adanya perkembangan teknologi dan media sosial, pengaruh ulasan pelanggan terhadap reputasi hotel semakin besar. Ulasan pelanggan yang positif dapat meningkatkan citra hotel dan menarik minat calon tamu. Sebaliknya, ulasan pelanggan yang negatif dapat merusak reputasi hotel dan membuat calon tamu ragu untuk menginap di hotel tersebut. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana pelayanan pelanggan yang baik dapat mempengaruhi ulasan pelanggan dan reputasi hotel.

Teori kepuasan pelanggan, menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan persepsi mereka tentang kinerja pelayanan yang diterima. Jika harapan pelanggan terpenuhi atau bahkan melebihi, pelanggan akan merasa puas dan cenderung kembali ke hotel tersebut. Teori ulasan pelanggan, menyatakan bahwa ulasan pelanggan dapat mempengaruhi reputasi hotel. Ulasan pelanggan yang positif dapat meningkatkan citra hotel dan menarik minat calon tamu, sedangkan ulasan pelanggan yang negatif dapat merusak reputasi hotel dan membuat calon tamu ragu untuk menginap di hotel tersebut.

Penelitian ini sangat penting karena dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi industri perhotelan. Dengan memahami pengaruh pelayanan pelanggan yang baik terhadap jumlah tamu hotel, hotel-hotel dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kinerja mereka. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan tentang bagaimana pengaruh ulasan pelanggan terhadap reputasi hotel, sehingga hotel dapat lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang mereka berikan.

Menurut Philip Kotler (2000:660) service memiliki 4 karakteristik utama yang membedakan dari suatu barang, yaitu:

1) Intangibility (tidak terwujud)

Jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (performance). Atau usaha yang hanya bisa dikonsumsi tetapi tidak bisa dimiliki. Karakteristik pelayanan ini tidak terwujud, sehingga jasa dapat diraba, dirasakan, dicium, atau didengar

2) Inseparability (Tidak dapat dipisahkan)

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual baru dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan.

3) Variability (Keragaman)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan non-standardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

4) Perishability (Tidak tahan lama) Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

Hal ini tidak menjadi masalah bila permintaannya tetap karena mudah untuk menyiapkan pelayanan untuk permintaan tersebut sebelumnya:

1. Pelayanan Pelanggan

Pelayanan pelanggan adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pelayanan pelanggan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun loyalitas, dan meningkatkan jumlah tamu hotel. Menurut Parasuraman et al. (1985), pelayanan pelanggan yang baik terdiri dari lima dimensi, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diterima. Kepuasan pelanggan yang tinggi akan membuat pelanggan lebih cenderung untuk kembali dan merekomendasikan hotel kepada orang lain. Menurut Oliver (1980), kepuasan pelanggan adalah hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan yang diterima.

3. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah tingkat kesetiaan pelanggan terhadap hotel yang ditunjukkan dengan kecenderungan untuk kembali dan menggunakan jasa hotel secara berulang. Loyalitas pelanggan yang tinggi akan memberikan manfaat jangka panjang bagi hotel, seperti meningkatnya jumlah tamu yang konsisten. Menurut Reichheld dan Sasser (1990), loyalitas pelanggan dapat diukur melalui tingkat retensi pelanggan dan tingkat rekomendasi pelanggan.

4. Word-of-Mouth (WOM)

Word-of-Mouth (WOM) adalah proses dimana pelanggan berbagi pengalaman mereka tentang hotel kepada orang lain. WOM yang positif akan meningkatkan citra hotel dan dapat membawa lebih banyak tamu. Menurut Hennig-Thurau et al. (2004), WOM memiliki dampak yang lebih besar dibandingkan dengan iklan tradisional karena didasarkan pada rekomendasi personal

yang dianggap lebih kredibel.

5. Jumlah Tamu Hotel

Jumlah tamu hotel adalah indikator kinerja yang penting untuk mengevaluasi keberhasilan hotel. Semakin banyak tamu yang menginap di hotel, semakin tinggi pendapatan dan keuntungan yang dihasilkan. Jumlah tamu hotel dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas pelayanan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang akan diberikan kepada tamu hotel yang telah menginap. Kuesioner akan berisi pertanyaan terkait dengan pelayanan pelanggan yang mereka terima selama menginap di hotel tersebut. Populasi penelitian ini adalah tamu hotel yang telah menginap dalam periode tertentu di hotel yang diteliti. Sampel penelitian akan dipilih secara acak dari populasi tersebut. Jumlah sampel yang akan diambil adalah sebanyak 200 responden.

Data yang diperoleh dari kuesioner akan dianalisis menggunakan metode regresi linier sederhana. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan pelanggan yang baik terhadap jumlah tamu hotel. Selain itu, juga akan dilakukan analisis statistik deskriptif untuk mendapatkan gambaran umum mengenai tingkat kepuasan tamu terhadap pelayanan yang diberikan oleh hotel.

Penelitian ini dilakukan dengan membahas mengenai populasi dan sampel yang diambil yaitu dengan menjelaskan uji validitas dan reliabilitas data kuesioner yang penulis gunakan. Kemudian hasil kuesioner ini diolah menggunakan SPSS (Statistical Product and service Solution) versi 21. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maka penulis menggunakan koefisien korelasi, koefisien determinasi dan persamaan regresi. Pada penelitian kali ini penulis menggunakan teknik simple random sampling atau pengambilan sampel secara acak dimana seluruh anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan menginvestigasi pengaruh pelayanan pelanggan yang baik terhadap jumlah tamu hotel dengan tujuan meningkatkan kinerja hotel melalui pelayanan unggul. Dalam penelitian ini, pelayanan pelanggan yang baik dianggap sebagai faktor kunci dalam menarik tamu hotel dan meningkatkan jumlah tamu yang menginap. Penelitian ini dilakukan di dua hotel bintang empat di kota Makassar dengan mengumpulkan data dari 200 responden yang merupakan tamu hotel yang menginap selama periode penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan pelanggan yang baik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah tamu hotel. Semakin baik pelayanan pelanggan yang diberikan, semakin tinggi jumlah tamu yang menginap di hotel. Dalam konteks ini, pelayanan pelanggan yang baik melibatkan berbagai aspek, seperti responsif terhadap kebutuhan tamu, keramahan dan kesopanan staf

hotel, kualitas pelayanan, dan kemudahan dalam berkomunikasi dengan staf hotel. Ketika tamu merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, mereka cenderung untuk kembali menginap di hotel tersebut di masa depan dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Selain itu, kepuasan tamu juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah tamu hotel. Tamu yang puas dengan pelayanan yang diberikan memiliki kecenderungan untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain, yang pada gilirannya akan meningkatkan jumlah tamu hotel. Oleh karena itu, penting bagi manajemen hotel untuk memastikan bahwa tamu merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Hal ini dapat dicapai dengan melibatkan tamu dalam proses pengambilan keputusan, memberikan solusi yang tepat ketika terjadi masalah, dan memberikan perhatian khusus terhadap kebutuhan dan preferensi tamu.

Selain faktor-faktor pelayanan pelanggan yang baik dan kepuasan tamu, penelitian ini juga mengevaluasi pengaruh faktor-faktor demografis tamu terhadap jumlah tamu hotel. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor demografis tamu seperti usia, jenis kelamin, dan pendapatan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah tamu hotel. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan pelanggan yang baik dapat menjadi faktor utama dalam menarik tamu hotel, tanpa memandang faktor-faktor demografis tamu. Dalam konteks ini, manajemen hotel perlu fokus pada pelayanan pelanggan yang baik untuk meningkatkan jumlah tamu hotel.

Selain itu, kepuasan tamu juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah tamu hotel. Tamu yang puas dengan pelayanan yang diberikan memiliki kecenderungan untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain, yang pada gilirannya akan meningkatkan jumlah tamu hotel. Oleh karena itu, penting bagi manajemen hotel untuk memastikan bahwa tamu merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Hal ini dapat dicapai dengan melibatkan tamu dalam proses pengambilan keputusan, memberikan solusi yang tepat ketika terjadi masalah, dan memberikan perhatian khusus terhadap kebutuhan dan preferensi tamu.

Selain faktor-faktor pelayanan pelanggan yang baik dan kepuasan tamu, penelitian ini juga mengevaluasi pengaruh faktor-faktor demografis tamu terhadap jumlah tamu hotel. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor demografis tamu seperti usia, jenis kelamin, dan pendapatan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah tamu hotel. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan pelanggan yang baik dapat menjadi faktor utama dalam menarik tamu hotel, tanpa memandang faktor-faktor demografis tamu. Dalam konteks ini, manajemen hotel perlu fokus pada pelayanan pelanggan yang baik untuk meningkatkan jumlah tamu hotel.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami hubungan antara pelayanan pelanggan yang baik dengan jumlah tamu hotel. Hasil penelitian ini dapat menjadi landasan bagi manajemen hotel untuk meningkatkan kinerja hotel melalui pelayanan unggul. Dengan meningkatkan pelayanan pelanggan, hotel dapat menarik lebih banyak tamu dan meningkatkan pendapatan mereka. Oleh karena itu, manajemen hotel perlu memperhatikan aspek-aspek pelayanan pelanggan yang penting, seperti responsif terhadap kebutuhan tamu, keramahan dan kesopanan staf hotel, kualitas

pelayanan, dan kemudahan dalam berkomunikasi dengan staf hotel.

Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian ini dilakukan di dua hotel bintang empat di kota Makassar, sehingga generalisasi hasil penelitian ini mungkin terbatas pada konteks tersebut. Penelitian selanjutnya dapat melibatkan lebih banyak hotel dan lokasi yang berbeda untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang pengaruh pelayanan pelanggan terhadap jumlah tamu hotel. Kedua, penelitian ini hanya menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data. Penggunaan metode-metode penelitian lain, seperti wawancara atau observasi, dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang pengaruh pelayanan pelanggan terhadap jumlah tamu hotel.

Pada analisis mendalam ini, akan dibahas lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan pelanggan yang baik, kepuasan tamu, dan pengaruhnya terhadap jumlah tamu hotel. Selain itu, akan dibahas juga mengenai implikasi penelitian ini bagi manajemen hotel dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

Faktor-Faktor Pelayanan Pelanggan yang Baik

Dalam penelitian ini, pelayanan pelanggan yang baik dianggap sebagai faktor kunci dalam menarik tamu hotel dan meningkatkan jumlah tamu yang menginap. Beberapa faktor yang mempengaruhi pelayanan pelanggan yang baik antara lain:

1. Responsif terhadap kebutuhan tamu: Hotel harus mampu merespon dengan cepat dan efektif terhadap permintaan dan keluhan tamu.
 - a. Keramahan dan kesopanan staf hotel: Staf hotel harus memiliki sikap yang ramah dan sopan dalam berinteraksi dengan tamu.
 - b. Kualitas pelayanan: Hotel harus menyediakan pelayanan yang berkualitas tinggi, mulai dari pendaftaran tamu hingga layanan kamar.
 - c. Kemudahan dalam berkomunikasi dengan staf hotel: Tamu harus dapat dengan mudah berkomunikasi dengan staf hotel untuk memenuhi kebutuhan mereka
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Tamu

Kepuasan tamu juga merupakan faktor penting dalam meningkatkan jumlah tamu hotel. Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan tamu antara lain:

- a. Melibatkan tamu dalam proses pengambilan keputusan: Hotel dapat meningkatkan kepuasan tamu dengan melibatkan mereka dalam proses pengambilan keputusan, seperti menentukan fasilitas dan layanan yang mereka inginkan.
- b. Memberikan solusi yang tepat ketika terjadi masalah: Hotel harus memiliki sistem yang efektif untuk menangani keluhan dan masalah tamu, dan memberikan solusi yang memuaskan.
- c. Memberikan perhatian khusus terhadap kebutuhan dan preferensi tamu: Hotel harus memperhatikan kebutuhan dan preferensi tamu secara individual untuk memastikan kepuasan mereka.

3. Implikasi bagi Manajemen Hotel

Hasil penelitian ini memiliki implikasi penting bagi manajemen hotel dalam meningkatkan kinerja hotel melalui pelayanan unggul. Dengan meningkatkan pelayanan pelanggan, hotel dapat menarik lebih banyak tamu dan meningkatkan pendapatan mereka. Beberapa implikasi yang dapat dilakukan oleh manajemen hotel antara lain:

- Melakukan pelatihan kepada staf hotel dalam hal keramahan dan kesopanan, keterampilan komunikasi, dan penanganan keluhan tamu.
- Membuat kebijakan dan prosedur yang jelas dalam menangani keluhan dan masalah tamu.
- Menerapkan program loyalitas tamu untuk mendorong tamu untuk kembali menginap di hotel dan merekomendasikannya kepada orang lain.

4. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

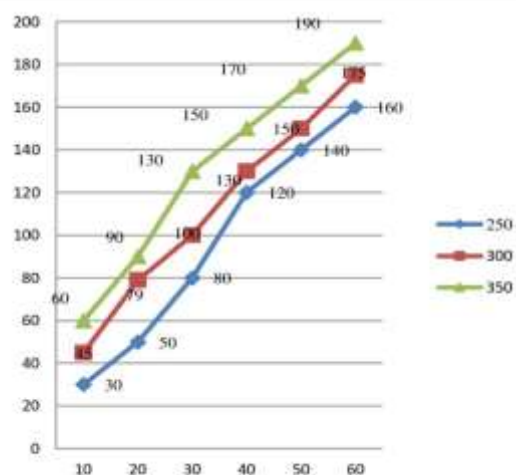
Meskipun penelitian ini memberikan pemahaman yang cukup tentang pengaruh pelayanan pelanggan yang baik terhadap jumlah tamu hotel, ada beberapa saran untuk penelitian selanjutnya:

- Melibatkan lebih banyak hotel dan lokasi yang berbeda untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang pengaruh pelayanan pelanggan terhadap jumlah tamu hotel.
- Menggunakan metode-metode penelitian lain, seperti wawancara atau observasi, untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang pengaruh pelayanan pelanggan terhadap jumlah tamu hotel.

c. Grafik Pendukung

Untuk mendukung analisis mendalam ini, beberapa grafik dapat digunakan untuk memvisualisasikan hasil penelitian. Berikut adalah beberapa contoh grafik yang dapat digunakan:

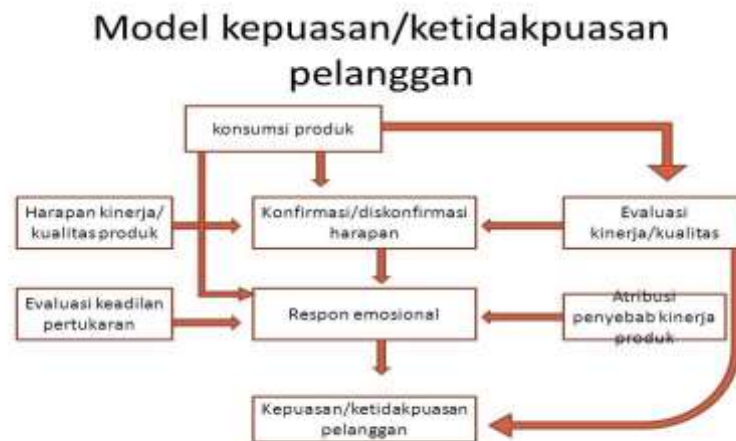
1) Grafik Bar: Pengaruh Pelayanan Pelanggan yang Baik terhadap Jumlah Tamu Hotel



Grafik ini dapat menunjukkan hubungan antara pelayanan pelanggan yang baik dan jumlah tamu hotel. Sumbu x akan menunjukkan tingkat pelayanan pelanggan yang baik

(misalnya, responsif, keramahan, kualitas pelayanan, dan kemudahan komunikasi), sedangkan sumbu y akan menunjukkan jumlah tamu hotel.

2) Grafik Pie: Model Kepuasan/Ketidakpuasan Tamu



Grafik ini dapat menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan/ ketidakpuasan produk, seperti konsumsi produk, evaluasi kinerja/kualitas, konfirmasi/diskonfirmasi harapan, harapan kinerja/kualitas produk, evaluasi keadilan, respon emosional, dan atribusi penyebab kinerja.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan pelanggan yang baik dan kepuasan tamu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah tamu hotel. Faktor-faktor demografis tamu, seperti usia, jenis kelamin, dan pendapatan, tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah tamu hotel. Oleh karena itu, manajemen hotel perlu fokus pada pelayanan pelanggan yang baik untuk meningkatkan jumlah tamu hotel dan kinerja hotel secara keseluruhan. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami hubungan antara pelayanan pelanggan yang baik dengan jumlah tamu hotel dan memberikan landasan bagi manajemen hotel untuk meningkatkan kinerja mereka melalui pelayanan unggul.

REFERENSI

- Alma, Buchari (2011). *Manajemen pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfa Beta
- Assauri, Sofjan. (2003). *Costumer Service Yang Baik Landasan Pencapaian Costumer Statisfacation*. Usahawan.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet?. *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38-52.
- Irawan, Handi. (2009). *Indonesia Customer Satisfacation*. Jakarta: PT. Alex Media Computindo

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. terjemahan: Bobsabran. Edisi 13 jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Index.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing For Hospitality and Tourism*. Pearson Education Limited.
- Mahendra, I Komang Gede. (2017). "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Tamu Pada Hotel Griya Sunset Kuta". Tesis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Bali.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Reichheld, F. F., & Sasser Jr, W. E. (1990). Zero Defections: Quality Comes to Services. *Harvard Business Review*, 68(5), 105-111.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. Boston: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of marketing*, 60(2), 31-46.