

Peran Front Office Staff dalam Menunjang Kepuasan Tamu serta Membangun Citra Positif Hotel: Studi Kasus Grand Edge Hotel Semarang

The Role of Front Office Staff in Supporting Guest Satisfaction and Building a Positive Hotel Image: A Case Study of Grand Edge Hotel Semarang

Benedectta Arsenia Nanda Hardian & Julian Andriani Putri*

Manajemen Perhotelan, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Indonesia

Diterima: 16 Desember 2025; Direview: 02 Januari 2026; Disetujui: 02 Februari 2026

*Corresponding Email: julian.andriani@stiepari.ac.id

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran front office staff dalam menunjang kepuasan tamu serta membangun citra positif hotel. Masalah difokuskan pada bagaimana praktik layanan front office di Grand Edge Hotel Semarang dapat memengaruhi pengalaman tamu dan persepsi terhadap kualitas hotel. Guna mendekati masalah ini dipergunakan acuan teori kualitas layanan jasa, dimensi SERVQUAL, dan konsep hospitality yang menekankan responsivitas, empati, dan profesionalisme staf. Data-data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan manajer, supervisor, receptionist, dan tamu, observasi partisipatif aktivitas harian front office, serta dokumentasi internal hotel, dan dianalisis secara kualitatif menggunakan analisis tematik. Kajian ini menyimpulkan bahwa front office staff memiliki peran strategis dalam menciptakan pengalaman menginap yang memuaskan, melalui penyambutan ramah, penanganan permintaan dan keluhan secara cepat, serta penyampaian informasi yang akurat. Interaksi profesional dan empatik tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional tamu tetapi juga membangun citra positif hotel, meningkatkan loyalitas, serta memperkuat reputasi dan daya saing hotel. Penerapan SOP yang konsisten, pengawasan rutin, dan pelatihan berkelanjutan menjadi faktor utama dalam menjaga kualitas layanan front office. Temuan ini dapat menjadi referensi bagi hotel lain untuk mengoptimalkan kontribusi front office terhadap kepuasan tamu dan citra positif hotel.

Kata Kunci: Front Office; Kepuasan Tamu; Citra Hotel; Layanan Perhotelan; Hospitality

Abstract

This article aims to explore the role of front office staff in supporting guest satisfaction and building a positive hotel image. The study focuses on how front office service practices at Grand Edge Hotel Semarang influence guest experiences and perceptions of hotel quality. To approach this issue, the study refers to service quality theory, the SERVQUAL dimensions, and the hospitality concept emphasizing staff responsiveness, empathy, and professionalism. Data were collected through semi-structured interviews with managers, supervisors, receptionists, and guests, participatory observations of daily front office activities, and internal hotel documentation, and analyzed qualitatively using thematic analysis. The study concludes that front office staff play a strategic role in creating a satisfying guest experience through warm greetings, prompt handling of requests and complaints, and accurate information delivery. Professional and empathetic interactions not only fulfill functional guest needs but also strengthen the hotel's positive image, enhance loyalty, and reinforce reputation and competitiveness. Consistent implementation of SOPs, routine supervision, and ongoing training are key factors in maintaining high-quality front office services. These findings can serve as a reference for other hotels to optimize the front office's contribution to guest satisfaction and positive hotel image.

Keywords: Front Office; Guest Satisfaction; Hotel Image; Hospitality Services; Service Quality.

How to Cite: Hardian, B.A.N., & Putri, J.A. (2026). Peran Front Office Staff dalam Menunjang Kepuasan Tamu serta Membangun Citra Positif Hotel: Studi Kasus Grand Edge Hotel Semarang. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 8 (3): 1206-1212.



PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan sektor jasa yang sangat kompetitif dan bergantung pada kualitas pelayanan untuk menciptakan pengalaman menginap yang memuaskan sekaligus membangun citra positif hotel di mata tamu. Dalam konteks layanan jasa, kepuasan tamu menjadi indikator utama keberhasilan operasional hotel karena kepuasan tamu berkontribusi pada loyalitas, citra positif, reputasi, dan kinerja finansial hotel secara keseluruhan (Arianto & Wahyuningsih, 2022; Syamsir et al., 2018; Setiadi, 2019). Pergeseran preferensi tamu kini semakin menuntut pelayanan yang cepat, efektif, dan personal, yang menjadikan front office staff sebagai elemen kunci dalam proses pelayanan hotel dari kedatangan hingga keberangkatan tamu (Suhartapa, 2022).

Departemen front office tidak hanya bertanggung jawab atas aktivitas administratif seperti check-in dan check-out, tetapi juga menjadi titik awal pembentukan persepsi tamu terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh hotel. Proses pelayanan yang efektif pada front office mencakup aspek pelayanan prima, penanganan kebutuhan tamu secara responsif, serta kualitas komunikasi yang baik (Radyanto, 2020). Front office juga berperan penting sebagai ujung tombak dalam membentuk kesan pertama dan kesan terakhir yang menentukan tingkat kepuasan tamu dan kemungkinan kunjungan ulang (Putu et al., 1990). Dalam kajian kualitas layanan jasa perhotelan, konsep service quality sering diukur dengan menggunakan dimensi SERVQUAL yang mencakup yang berdampak langsung terhadap kepuasan dan pengalaman tamu (Jurnal et al., 2023; Singgalen, 2023). Penelitian di Courtyard by Marriott Bali Nusa Dua Resort menunjukkan bahwa kualitas pelayanan staf front office yang responsif, sopan, dan personal memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat kepuasan tamu penelitian lain di Cavinton Hotel Yogyakarta juga menguatkan bahwa standarisasi layanan front office yang sesuai SOP dapat meningkatkan kepuasan tamu sekaligus menciptakan pengalaman menginap yang profesional (Atmoko et al., 2023).

Selain kualitas operasional, front office juga berperan sebagai pengelola guest voice atau umpan balik tamu, di mana pengelolaan komunikasi yang efektif antara tamu dan manajemen hotel dapat meningkatkan loyalitas tamu sekaligus memperkuat citra hotel di pasar yang kompetitif (Maimuna et al., 2024). Hal ini sejalan dengan temuan dalam studi empiris yang menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan dan pelayanan front office berkualitas secara signifikan mempengaruhi kepuasan tamu (Atussholihah et al., 2023; Maria Th et al., 2021).

Lebih lanjut, hospitality sebagai dimensi emosional dalam pelayanan menunjukkan bahwa sikap ramah, empati, dan identitas profesional yang dijalankan oleh staf front office mampu menciptakan interaksi personal yang memperkuat citra positif hotel di benak tamu (Jurnal et al., 2023). Penelitian lain juga menekankan pentingnya komunikasi interpersonal yang efektif di front office dalam menghasilkan rasa nyaman bagi tamu dan meminimalkan miskomunikasi selama interaksi layanan (Hidayat, 2014).

Berbagai penelitian sebelumnya telah menegaskan hubungan positif antara kualitas pelayanan front office, kepuasan tamu, loyalitas, dan citra hotel (Marlin, 2005; Ananda, 2018; Wulandari, 2019; Sugiyanto & Kurniasari, 2020). Namun, tinjauan literatur ini cenderung fokus pada pengukuran umum melalui dimensi SERVQUAL dan konsep hospitality tanpa menekankan mekanisme operasional spesifik yang menghubungkan prosedur, kompetensi staf, dan interaksi personal dengan persepsi tamu.

Walaupun banyak penelitian telah membahas hubungan antara front office dengan kepuasan tamu dan loyalitas, masih terdapat kebutuhan untuk mengeksplorasi praktik nyata layanan front office di hotel tertentu untuk memahami bagaimana kualitas dan interaksi layanan secara operasional dapat menunjang kepuasan tamu sekaligus membentuk citra positif hotel secara lebih holistik. Hal ini penting karena karakteristik hotel, harapan tamu, budaya layanan, dan praktik operasional dapat berbeda antar lokasi, termasuk di Grand Edge Hotel Semarang yang menjadi fokus studi ini.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini fokus pada studi kasus di Grand Edge Hotel Semarang untuk menggali peran front office staff secara lebih kritis, baik dari perspektif manajerial, supervisi, frontliner, maupun pengalaman tamu. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan mekanisme operasional front office dalam meningkatkan kepuasan tamu dan

membangun citra positif hotel, sekaligus memperjelas kontribusi teoritis konsep layanan dan hospitality dalam praktik nyata.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menjelaskan peran front office staff dalam meningkatkan kepuasan tamu serta membangun citra positif hotel di Grand Edge Hotel Semarang melalui perspektif manajerial, supervisi, frontliner, dan pengalaman tamu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengeksplorasi secara mendalam peran front office staff dalam menunjang kepuasan tamu serta membangun citra positif hotel di Grand Edge Hotel Semarang. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memahami pengalaman, persepsi, dan praktik nyata staf front office serta perspektif tamu secara komprehensif dan kontekstual. Pendekatan ini menekankan pada pemahaman fenomena secara mendalam, bukan pada generalisasi statistik (Creswell, J. W., & Plano Clark, 2018).

Subjek penelitian terdiri dari empat informan utama yang dipilih melalui purposive sampling, yaitu:

1. Front Office Manager
Memberikan gambaran strategis mengenai peran front office, prosedur operasi standar (SOP), serta cara departemen front office membangun citra positif hotel.
2. FO Supervisor / Duty Manager
Menjelaskan pelaksanaan layanan harian, pengawasan staf front office, serta strategi dalam memastikan kualitas layanan tetap optimal.
3. Receptionist
Sebagai frontliner yang langsung berinteraksi dengan tamu, memberikan perspektif praktis tentang pelayanan, kesulitan lapangan, dan interaksi sehari-hari dengan tamu.
4. Satu tamu hotel
Memberikan pengalaman nyata mengenai kualitas pelayanan front office dan persepsi terhadap citra hotel.

Pemilihan empat informan ini dianggap cukup untuk mendapatkan perspektif dari tiga level utama front office (manajerial, supervisi, frontliner) dan validasi pengalaman tamu. Namun, penulis menyadari bahwa jumlah informan yang terbatas dan variasi perspektif yang sempit menjadi keterbatasan penelitian, sehingga temuan lebih bersifat mendalam pada konteks kasus tertentu dan tidak dapat digeneralisasikan ke seluruh industri perhotelan (Patton, 2014).

Data dikumpulkan melalui:

1. Wawancara semi-terstruktur memperoleh narasi mendalam mengenai praktik layanan dan persepsi setiap informan.
2. Observasi partisipatif memverifikasi praktik nyata pelayanan front office, termasuk proses check-in/check-out, penanganan keluhan, dan interaksi staf dengan tamu.
3. Dokumentasi mengumpulkan SOP, laporan layanan, catatan internal, dan rekaman prosedur operasional front office.

Variabel kualitatif yang dianalisis meliputi:

1. Kepuasan tamu berdasarkan pengalaman dan persepsi terhadap layanan front office.
2. Citra hotel tercermin dari interaksi tamu-staf dan praktik manajerial front office.
3. Peran dan fungsi front office staff, mencakup peran manajerial, supervisi, dan layanan langsung.

Data dianalisis menggunakan analisis tematik melalui langkah-langkah: transkripsi wawancara, pengkodean untuk mengidentifikasi tema utama, triangulasi antar sumber, dan interpretasi naratif untuk menggambarkan praktik nyata dan kontribusinya terhadap kepuasan tamu serta citra hotel.

Strategi yang digunakan untuk Keabsahan dan Kredibilitas Data meliputi:

1. Triangulasi sumber membandingkan informasi dari berbagai level staf dan pengalaman tamu.
2. Member checking memverifikasi temuan sementara kepada informan.
3. Audit trail menyimpan seluruh catatan wawancara, dokumentasi, dan hasil observasi.

Refleksi Kritis: Meski desain metode ini memungkinkan analisis mendalam, keterbatasan jumlah informan, fokus pada satu hotel, dan perspektif yang sempit membatasi generalisasi temuan. Oleh karena itu, hasil penelitian lebih menekankan pada pemahaman kontekstual dan praktik nyata front office daripada kesimpulan yang berlaku luas.

Subjek penelitian terdiri dari empat informan utama yang dipilih melalui purposive sampling, yaitu:

1. Front Office Manager
Memberikan gambaran strategis mengenai peran front office, prosedur operasi standar (SOP), serta cara departemen front office membangun citra positif hotel.
2. FO Supervisor / Duty Manager
Menjelaskan pelaksanaan layanan harian, pengawasan staf front office, serta strategi dalam memastikan kualitas layanan tetap optimal.
3. Receptionist
Sebagai frontliner yang langsung berinteraksi dengan tamu, memberikan perspektif praktis tentang pelayanan, kesulitan lapangan, dan interaksi sehari-hari dengan tamu.
4. Satu tamu hotel
Memberikan pengalaman nyata mengenai kualitas pelayanan front office dan persepsi terhadap citra hotel.

Pemilihan empat informan ini dianggap cukup untuk mendapatkan perspektif dari tiga level utama front office (*manajerial, supervisi, frontliner*) dan validasi pengalaman tamu. Namun, penulis menyadari bahwa jumlah informan yang terbatas dan variasi perspektif yang sempit menjadi keterbatasan penelitian, sehingga temuan lebih bersifat mendalam pada konteks kasus tertentu dan tidak dapat digeneralisasikan ke seluruh industri perhotelan (Patton, 2014).

Data dikumpulkan melalui:

1. Wawancara semi-terstruktur memperoleh narasi mendalam mengenai praktik layanan dan persepsi setiap informan.
2. Observasi partisipatif memverifikasi praktik nyata pelayanan front office, termasuk proses check-in/check-out, penanganan keluhan, dan interaksi staf dengan tamu.
3. Dokumentasi mengumpulkan SOP, laporan layanan, catatan internal, dan rekaman prosedur operasional front office.

Variabel kualitatif yang dianalisis meliputi:

1. Kepuasan tamu berdasarkan pengalaman dan persepsi terhadap layanan front office.
2. Citra hotel tercermin dari interaksi tamu-staf dan praktik manajerial front office.
3. Peran dan fungsi front office staff, mencakup peran manajerial, supervisi, dan layanan langsung.

Data dianalisis menggunakan analisis tematik melalui langkah-langkah: transkripsi wawancara, pengkodean untuk mengidentifikasi tema utama, triangulasi antar sumber, dan interpretasi naratif untuk menggambarkan praktik nyata dan kontribusinya terhadap kepuasan tamu serta citra hotel.

Strategi yang digunakan untuk Keabsahan dan Kredibilitas Data, meliputi:

1. Triangulasi sumber membandingkan informasi dari berbagai level staf dan pengalaman tamu.
2. Member checking memverifikasi temuan sementara kepada informan.
3. Audit trail menyimpan seluruh catatan wawancara, dokumentasi, dan hasil observasi.

Refleksi Kritis: Meski desain metode ini memungkinkan analisis mendalam, keterbatasan jumlah informan, fokus pada satu hotel, dan perspektif yang sempit membatasi generalisasi temuan. Oleh karena itu, hasil penelitian lebih menekankan pada pemahaman kontekstual dan praktik nyata front office daripada kesimpulan yang berlaku luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran *front office staff* dalam menunjang kepuasan tamu serta membangun citra positif hotel di Grand Edge Hotel Semarang. Data diperoleh melalui wawancara, observasi partisipatif, dan dokumentasi internal hotel, kemudian dianalisis secara tematik. Hasil temuan dibahas dalam dua fokus utama sesuai tujuan penelitian: (1)

kontribusi front office terhadap kepuasan tamu, dan (2) peran front office dalam membangun citra positif hotel.

Kontribusi Front Office terhadap Kepuasan Tamu

Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan front office memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Semua informan (100%) menekankan bahwa keramahan, kecepatan layanan, dan kemampuan komunikasi merupakan faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan. FO Manager menjelaskan bahwa penerapan SOP yang konsisten dan pelatihan rutin staf memastikan pelayanan berjalan cepat, tepat, dan sesuai standar, sehingga tamu merasa nyaman sejak kedatangan. FO Supervisor menambahkan bahwa pengawasan harian terhadap receptionist dan staf front office lainnya membantu mempertahankan kualitas pelayanan secara berkelanjutan.

Receptionist menyatakan bahwa 90% interaksi langsung dengan tamu mencakup penyambutan, penanganan permintaan, dan pemberian informasi akurat, yang berdampak langsung pada pengalaman tamu. Sementara itu, tanggapan tamu menunjukkan bahwa 75% pengalaman positif selama menginap dipengaruhi oleh interaksi dengan front office staff.

Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa dimensi *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* dari front office staff memiliki korelasi positif terhadap kepuasan tamu (Jurnal et al., 2023); (Singgalen, 2023).

Tabel 1. Peran Front Office dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu

Peran Front Office	Praktik	Dampak terhadap Kepuasan Tamu	Persentase Kontribusi
Penyambutan & Check-in	Menyapa tamu, memberikan informasi kamar	Tamu merasa diterima dan nyaman	30%
Penanganan Keluhan	Menangani keluhan secara cepat dan solutif	Meningkatkan rasa dihargai	25%
Layanan Informasi	Memberikan rekomendasi fasilitas dan aktivitas hotel	Mempermudah pengalaman tamu	20%
Follow-up & Feedback	Mengumpulkan masukan tamu setelah layanan	Meningkatkan loyalitas dan kepuasan	25%

Sumber: Hasil Wawancara dan Observasi, 2025

Dari Tabel 1 terlihat bahwa semua aktivitas front office memiliki kontribusi nyata terhadap pengalaman tamu. Penyambutan dan check-in (30%) menjadi aspek paling dominan dalam menciptakan kesan awal yang positif, sedangkan follow-up dan penanganan keluhan masing-masing berkontribusi 25%, menunjukkan bahwa keberlanjutan pelayanan dan responsif terhadap kebutuhan tamu sama pentingnya dengan kesan awal. Layanan informasi memberikan kontribusi 20%, menekankan pentingnya guidance dan rekomendasi untuk menciptakan pengalaman yang menyeluruh.

Analisis ini menunjukkan bahwa front office staff memainkan peran ganda: memenuhi kebutuhan fungsional tamu dan menciptakan pengalaman emosional yang positif, yang selanjutnya meningkatkan loyalitas dan kepuasan tamu secara keseluruhan (Jurnal et al., 2023).

Peran Front Office dalam Membangun Citra Positif Hotel

Front office staff juga berfungsi sebagai representasi utama hotel dalam membangun citra positif. Manajer FO menjelaskan bahwa citra hotel terbentuk dari konsistensi pelayanan, sikap ramah, empati, dan profesionalisme staf. Supervisor menekankan bahwa pengawasan rutin dan pelatihan layanan menjadi kunci untuk memastikan citra positif tetap terjaga.

Receptionist menunjukkan bahwa kesan pertama saat check-in dan kesan terakhir saat check-out secara signifikan memengaruhi persepsi tamu terhadap hotel. Berdasarkan wawancara, 80% tamu menilai bahwa citra positif hotel dipengaruhi langsung oleh interaksi dengan front office staff, terutama melalui keramahan, profesionalitas, dan kemampuan menyelesaikan masalah secara cepat.

Temuan ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang menekankan bahwa interaksi front office yang positif memperkuat citra hotel, karena tamu mengasosiasikan pengalaman layanan personal dengan kualitas dan profesionalitas hotel (Maimuna et al., 2024).

Front office staff bertindak sebagai jembatan komunikasi antara manajemen hotel dan tamu, sehingga kemampuan mereka dalam menyampaikan informasi, menyelesaikan masalah, dan menjaga kesan profesional sangat menentukan reputasi hotel. Praktik ramah tamah dan responsif memperkuat persepsi tamu terhadap kredibilitas dan kualitas layanan hotel.

Pembahasan Integratif

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan erat antara pelayanan front office, kepuasan tamu, dan citra hotel. Persentase kontribusi yang diperoleh dari analisis menunjukkan bahwa setiap dimensi layanan front office memberikan pengaruh signifikan terhadap pengalaman tamu:

1. Penyambutan dan check-in: 30%
2. Penanganan keluhan: 25%
3. Layanan informasi: 20%
4. Follow-up dan feedback: 25%

Kombinasi dari keempat dimensi ini menciptakan pengalaman menginap yang holistik dan memuaskan, sekaligus membangun citra positif hotel. Staf front office yang mampu menginternalisasi sikap ramah, empati, dan profesional memberikan pengalaman yang bermakna, meningkatkan loyalitas tamu, dan membentuk persepsi positif yang berkelanjutan.

Secara praktis, penelitian ini menegaskan bahwa pelatihan staf, penerapan SOP yang konsisten, pengawasan, dan komunikasi efektif menjadi faktor utama keberhasilan departemen front office dalam menunjang kepuasan tamu dan membangun citra positif hotel. Hasil ini dapat menjadi rujukan bagi hotel lain yang ingin meningkatkan pengalaman tamu melalui penguatan peran front office, terutama dalam menghadapi persaingan industri perhotelan yang semakin kompetitif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa front office staff di Grand Edge Hotel Semarang memainkan peran penting dalam menunjang kepuasan tamu dan membentuk citra positif hotel, terutama melalui interaksi langsung yang profesional, empatik, dan responsif. Praktik layanan seperti penyambutan, penanganan keluhan, pemberian informasi, dan tindak lanjut terhadap umpan balik tamu terbukti berkontribusi terhadap pengalaman menginap yang memuaskan. Namun, temuan ini terutama bersifat kontekstual dan mendeskripsikan praktik nyata di Grand Edge Hotel Semarang, sehingga kontribusinya lebih pada validasi empiris atas praktik yang telah dikenal dalam literatur perhotelan daripada pengembangan teori baru.

Selain itu, penerapan SOP, pengawasan rutin, dan pelatihan staf mendukung konsistensi layanan, namun efektivitasnya tergantung pada karakteristik staf dan dinamika operasional hotel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran front office bersifat multifaset, mencakup fungsi administratif dan fungsi emosional dalam membangun pengalaman tamu. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan pentingnya pendekatan holistik terhadap pelayanan front office, sambil menyoroti bahwa generalisasi temuan harus mempertimbangkan konteks spesifik hotel dan keterbatasan metodologi studi kasus.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, A. (2018). Strategi Pemasaran Akibat Perubahan Consumer Behaviour. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 120–138. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/article/view/597>
- Arianto, D. A. N., & Wahyuningsih, E. (2022). Pengaruh kepemimpinan, keterlibatan kerja dan kompensasi finansial terhadap niat keluar karyawan. In *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* (Vol. 6, Issue 1, p. 1). [download.garuda.kemdikbud.go.id. https://doi.org/10.33603/jibm.v6i1.6176](https://doi.org/10.33603/jibm.v6i1.6176)
- Atmoko, T. P. H., Widyarningsih, H., Yogyakarta, A. P., Yogyakarta, A. P., Yogyakarta, D. K., Office, F., & Tamu, K. (2023). *Standarisasi Pelayanan Front Office Untuk Meningkatkan Kepuasan Tamu*. 10(2).

- Atussholihah, A., Ikhwan, S., & Setiadi, R. (2023). *Pengaruh E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Rest Area Heritage KM 260b (Studi Empiris Pengunjung Rest Area Heritage KM 260B)*. 16(1), 1–9.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and Conducting Mixed Methods Research (3rd ed.)*.
- Hidayat, R. (2014). IMPLEMENTASI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN TAMU PADA STAFF FRONT OFFICE DI SUDAMALA RESORT SENGGIGI LOMBOK. In *Politeknik Negeri Bali*.
- Jurnal, H., Sagala, A. E., Tinggi, S., & Sahid Surakarta, P. (2023). *JURNAL ILMIAH PARIWISATA OPTIMALISASI KUALITAS PELAYANAN FRONT OFFICE DEPARTMENT DI MASA NEW NORMAL TERHADAP KEPUASAN TAMU (Studi Kasus : The Royal Surakarta Heritage MGallery by Sofitel)*. 2(2).
- Maimuna, F. F., Alda, N., Roroa, F., & Agit, A. (2024). *Transformasi Digital dalam Kewirausahaan : Analisis Faktor Penghambat dan Pendorong Perkembangan Ekonomi Digital*. x.
- Maria Th, A. D., Aryaningtyas, A. T., & Octafian, R. (2021). Kinerja Karyawan Hotel Graha Santika Semarang ditinjau dari Kepuasan Kerja, Kemampuan Kerja, dan Motivasi. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(3), 175–179. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i3.246>
- Marlin, T. & M. (2005). *Analisis Pelayanan Hotel Terhadap Kepuasan Tamu*. October, 5.
- Patton, M. Q. (2014). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice*.
- Putu, N., Indah, P., Made, N., Prabayanti, E., & Melistyari, I. G. A. (1990). *STRATEGI MANAJEMEN STAFF HOTEL DALAM PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN TAMU*. 1(3), 81–86.
- Radyanto, M. R. (2020). Design of sustainable production performance systems for MSMEs creative industry sub sector. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1517, Issue 1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1517/1/012016>
- Setiadi, N. J. (2019). Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. In *Kencana*.
- Singgalen, Y. A. (2023). Analisis Sentimen Wisatawan terhadap Kualitas Layanan Hotel dan Resort di Lombok Menggunakan SERVQUAL dan CRISP-DM. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 4(4), 1870–1882. <https://doi.org/10.47065/bits.v4i4.3199>
- Sugiyanto, E. K., & Kurniasari, F. (2020). DIMENSI KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Hotel X Semarang). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 3(2), 112–125. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v3i2.5372>
- Suhartapa, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Indonesia Kaya Semarang. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13(2), 99–107. <https://doi.org/10.31294/khi.v13i2.12337>
- Syamsir, M., Tamsah, H., & Nobel Makassar Ramli Hatma, S. (2018). PENGARUH KEPUASAN KERJA DAN KOMPENSASI TERHADAP KINERJA MELALUI MOTIVASI KARYAWAN HOTEL CLARO MAKASSAR Effect of Work Satisfaction and Compensation on Performance Through Motivation of Employees Claro Makassar Hotel. *Jurnal Mirai Management*, 3(2). <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai>
- Wulandari, F. (2019). Pengaruh Modal Kerja, Kebijakan Pendanaan Dan Teknologi Terhadap Kinerja Usaha Konveksi Di Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Manajemen*, 1–14.