

Sahrul Firnanda

 “Studi Manajemen
Perhotelan, Departemen
Pariwisata, Universitas Negeri
Padang”
syahrulfirnanda21@gmail.com

Rian Surenda

 “Studi Manajemen
Perhotelan, Departemen
Pariwisata, Universitas Negeri
Padang”
rian.surenda@fpp.unp.ac.id

Abstract

Penelitian ini difokuskan beuntuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan interaksi personal terhadap kepuasan tamu menginap di Montigo Resort Nongsa Batam. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya intensitas persaingan dalam industri di Kota Batam yang menuntut hotel berbintang untuk memberikan pelayanan yang berkualitas serta interaksi personal yang optimal guna menciptakan kepuasan tamu. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang pernah menginap di Montigo Resort Nongsa Batam, dengan sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner berbasis skala likert, kemudian dianalisis dengan menggunakan program SPSS 25.00. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu menginap, interaksi personal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu menginap, serta kualitas pelayanan dan interaksi personal secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu menginap di Montigo Resort Nongsa Batam. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan interaksi personal karyawan sangat penting untuk meningkatkan kepuasan tamu dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Interaksi Personal, Kepuasan Tamu Menginap, Industri Perhotelan

Abstract

This research is focused on analyzing the effect of service quality and personal interaction on the satisfaction of guests staying at Montigo Resort Nongsa Batam. This research is motivated by the increasingly competitive hospitality industry in Batam City, which requires five-star hotels to deliver excellent service quality and effective personal interactions in order to maintain guest satisfaction. This study employed a descriptive quantitative method with a causal associative approach. The population consisted of guests who had stayed at Montigo Resort Nongsa Batam, with a sample of 100 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires using a Likert scale, and data analysis was conducted using SPSS version 25.00. The results indicate that service quality has a significant effect on guest satisfaction, personal interaction has a significant effect on guest satisfaction, and both service quality and personal interaction simultaneously have a significant effect on guest satisfaction at Montigo Resort Nongsa Batam. Therefore, it can be concluded that improving service quality and strengthening personal interaction are essential to enhance guest satisfaction and maintain customer loyalty.

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN INTERAKSI PERSONAL TERHADAP KEPUASAN TAMU MENGINAP DI MONTIGO RESORT NONGSA BATAM.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berkembang pesat seiring kemajuan global dan teknologi modern. Aktivitas ini diminati masyarakat untuk berbagai tujuan, seperti berlibur, melakukan perjalanan bisnis, atau mencari suasana baru guna menghilangkan kejenuhan. Selain memberikan manfaat rekreasi, pariwisata juga berperan penting dalam perekonomian melalui peningkatan devisa negara, penciptaan lapangan kerja, dan promosi budaya lokal. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, “pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas dan layanan yang disediakan masyarakat, pelaku usaha, pemerintah, dan pemerintah daerah”.

Dalam perkembangannya, industri pariwisata menjadi andalan ekonomi, terutama di daerah yang memiliki potensi wisata. Akomodasi merupakan salah satu unsur vital dalam industri ini, karena menyediakan jasa layanan akomodasi sekaligus berbagai fasilitas pendukung bagi wisatawan. Menurut Meirana (2017), “hotel adalah suatu bentuk bisnis jasa yang menyediakan akomodasi serta dikelola secara komersial, meliputi layanan penginapan, makan/minum, dan fasilitas lainnya untuk umum”. Dalam hal ini sektor perhotelan perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan interaksi personal secara kreatif untuk memastikan tercapainya kepuasan tamu, sehingga mendorong mereka untuk melakukan kunjungan ulang.

Menurut Kotler & Keller (2021), “Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk atau layanan yang diterima dengan harapannya. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas atau bahkan senang”. Menurut Hossain dkk. (2024), dalam konteks perhotelan, kepuasan pelanggan diartikan sebagai kondisi psikologis positif yang timbul ketika layanan akomodasi, fasilitas, dan interaksi personal sesuai atau melampaui harapan tamu, sehingga mendorong loyalitas dan niat untuk kembali. Menurut Tjiptono (2019), menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap evaluasi pengalaman penggunaan suatu produk atau jasa, di mana kepuasan terjadi jika kinerja sesuai atau melebihi harapan. Lebih lanjut Tjiptono (2019) menyatakan jika kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor utama diantaranya adalah kualitas jasa/pelayanan, kualitas interaksi personal, kualitas lingkungan fisik, harga dan nilai yang dirasakan, reputasi penyedia jasa, dan pengalaman sebelumnya. Menurut Kotler & Keller (2016), terdapat indikator kepuasan konsumen/pelanggan, diantaranya yaitu : 1) kualitas produk/jasa, 2) kualitas pelayanan, 3) nilai yang dirasakan, 4) pengalaman sebelumnya, 5) hubungan emosional.

Menurut Kotler dalam Lupiyoadi (2014), “kualitas pelayanan merupakan keseluruhan aktivitas atau tindakan yang dilakukan oleh penyedia jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan”. Menurut Tjiptono dalam Joko Suwito (2018), “Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi keinginan konsumen”. Terdapat lima indikator kualitas pelayanan yaitu: 1) bukti fisik, 2) empati, 3) kehandalan, 4) ketanggapan, 5) jaminan. Kualitas pelayanan tidak hanya diukur dari aspek teknis tersebut, melainkan juga dari kualitas interaksi personal antara staf hotel dan tamu. Interaksi personal mencakup keramahan staf, kemampuan berkomunikasi dengan bahasa tubuh yang positif, perhatian terhadap detail kebutuhan tamu, serta kemampuan menciptakan hubungan emosional yang membuat tamu merasa dihargai. Interaksi personal pada era layanan modern didefinisikan sebagai kualitas hubungan tatap muka antara penyedia layanan dan pelanggan yang tercermin melalui keramahan, responsifitas, dan profesionalisme, yang secara langsung memengaruhi loyalitas pelanggan (Munandar, 2021). Menurut Jones (2024), “interaksi personal merupakan momen koneksi emosional antara staf dan tamu, di mana perhatian dan kepedulian

tulus menciptakan pengalaman yang tidak dapat digantikan oleh teknologi otomatisasi”. Sementara itu, Cheng dan Lu (2022) menjelaskan bahwa interaksi personal adalah proses komunikasi dua arah yang melibatkan pertukaran informasi verbal dan non-verbal secara langsung antara penyedia jasa dan pelanggan untuk membangun hubungan saling percaya serta meningkatkan kepuasan layanan.

Salah satu hotel bintang lima yang menjadi ikon industri perhotelan di Kota Batam adalah Montigo Resort Nongsa. Resort ini menawarkan pengalaman menginap mewah dengan konsep villa privat yang dilengkapi kolam renang pribadi, pemandangan laut yang menakjubkan, serta fasilitas lengkap seperti restoran, spa, dan aktivitas rekreasi air. Montigo Resort Nongsa mulai beroperasi pada tahun 2012, berlokasi di kawasan Nongsa, pesisir utara Kota Batam. Resort ini berdiri di atas lahan seluas kurang lebih 12 hektare dengan 136 unit yang dapat disewakan. Lokasi nya hanya sekitar 30 menit dari Singapura. Resort ini memiliki lokasi strategis yang dekat dengan pusat perbelanjaan, lapangan golf, pantai, situs budaya, serta berbagai pilihan tempat makan. Dengan klasifikasi bintang lima, resort ini dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan terbaik yang mencakup kenyamanan fasilitas, kecepatan layanan, serta keramahan staf dalam setiap interaksi. Pelayanan yang prima dan interaksi personal yang hangat menjadi faktor penting agar tamu merasa dihargai dan mendapatkan pengalaman menginap yang berkesan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Menurut Sugiyono (2020), jenis penelitian kuantitatif bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab akibat (kausalitas) antara dua variabel atau lebih. Jadi, penelitian deskriptif kuantitatif digunakan pada penelitian ini untuk menganalisis apakah variabel kualitas pelayanan dan interaksi personal mempengaruhi kepuasan tamu menginap di Montigo Resort Nongsa Batam. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni salah satu teknik pengambilan sampel non-random yang dilakukan dengan menetapkan kriteria khusus pada responden yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah tamu *personal/publish* bukan tamu dari suatu lembaga/grup dengan kategori berusia >17 tahun dan pernah menginap minimal 1x di Montigo Resort Nongsa Batam. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan program SPSS 25.00

HASIL

Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Hasil pengolahan data terhadap 100 sampel melalui program SPSS versi 25.00 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,84, yang termasuk dalam kategori “Baik.” Hal ini menunjukkan bahwa secara umum tamu menilai pelayanan hotel/resort telah memenuhi harapan dalam memberikan kenyamanan, perhatian, dan ketepatan pelayanan.

Deskripsi Variabel Interaksi Personal

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 sampel menggunakan program SPSS versi 25.00, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan yang diberikan memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,62, yang termasuk dalam kategori “Baik.” Hal ini menunjukkan bahwa secara umum tamu menilai pelayanan hotel/resort telah memenuhi harapan dalam memberikan kenyamanan, perhatian, dan ketepatan pelayanan.

Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden menggunakan program SPSS versi 25.00, diketahui bahwa variabel Kepuasan Tamu Menginap memiliki nilai rata-rata keseluruhan (TCR) sebesar 3,54, yang termasuk dalam kategori “Baik.” Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum tamu merasa puas terhadap pengalaman menginap di Montigo Resort Nongsa Batam, baik dari segi pelayanan, fasilitas, maupun hubungan yang terjalin dengan pihak hotel.

UJI PERSYARATAN

ANALISIS

Pengujian normalitas, homogenitas, dan linearitas diperlukan untuk analisis ini. Uji normalitas menghasilkan nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0.114, 0.103, dan 0.195 lebih besar dari 0,05, dan uji homogenitas menunjukkan bahwa nilai signifikansinya 0,273 lebih besar dari 0,05, sehingga data dianggap homogen. Berdasarkan hasil uji linearitas, diperoleh nilai signifikansi pada baris Linearity sebesar 0,000. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa ketiga variabel memiliki hubungan yang bersifat linear. Untuk memastikan bahwa setiap detail pertanyaan dapat diandalkan dan dapat digunakan untuk penelitian lanjutan.

UJI HIPOTESIS

Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara suatu variabel independent (x) dan variabel dependen (y). analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antar variabel.

Tabel 1. Hasil Uji Signifikansi Regresi Linear Berganda
Sumber: Output SPSS 25, 2025

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.295.141	2	1.647.570	271.900	.000b
	Residual	587.769	97	6.059		
	Total	3.882.910	99			
a. <u>Dependent Variable</u> : Kepuasan Tamu <u>Menginap</u>						
b. Predictors: (Constant): Kualitas Pelayanan, Interaksi Personal						

Hasil uji menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (Ho) ditolak, dengan nilai F hitung sebesar 271,9 dan signifikansi $0,000 \leq 0,05$. Artinya, model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh kualitas pelayanan dan interaksi personal terhadap kepuasan tamu menginap.

Tabel 2. Hasil Uji Perhitungan Koefisien Regresi Sederhana

Coefficients ^a						
Mode 1	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	Constant	6.520	1.841		3.541	.001
	Kualitas Pelayanan	.139	.057	.119	2.432	.017
	Interaksi Personal	.946	.047	.986	20.185	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Tamu						

Sumber: Output SPSS 25, 2025

Berdasarkan persamaan di atas, diperoleh nilai koefisien regresi untuk kualitas pelayanan sebesar 0,139 dengan nilai signifikansi $0,017 \leq 0,05$. Artinya setiap peningkatan 1 satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan 0,139 satuan kepuasan tamu menginap. Sementara nilai koefisien regresi untuk interaksi personal sebesar 0,946 dengan nilai signifikansi $0,000 \leq 0,05$. Artinya setiap peningkatan 1 satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan 0,946 satuan kepuasan tamu menginap

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat dipaparkan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan interaksi personal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu menginap. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 sampel menggunakan program SPSS versi 25.00. diketahui bahwa kualitas pelayanan yang diberikan memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,84, yang termasuk dalam kategori “Baik.” Hal ini menunjukkan bahwa secara umum tamu menilai pelayanan hotel/resort telah memenuhi harapan dalam memberikan kenyamanan, perhatian, dan ketepatan pelayanan.

Tabel 3. Jumlah TCR Indikator Kualitas Pelayanan

No	Indikator	TCR (%)	Kategori
1.	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	3,95	Baik
2.	Keandalan (<i>Reliability</i>)	3,60	Cukup Baik
3.	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	3,86	Baik
4.	Jaminan (<i>Assurance</i>)	3,87	Baik
5.	Empati (<i>Emphaty</i>)	3,95	Baik

Sumber: Output Excel, 2025

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan hotel/resort sudah tergolong baik, namun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan terutama pada dimensi Keandalan (*Reliability*) agar pelayanan yang diberikan lebih konsisten dan sesuai dengan harapan tamu.

Deskripsi Variabel Interaksi Personal

Hasil olah data dari 100 sampel menggunakan program SPSS versi 25.00, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan yang diberikan memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,62, yang termasuk dalam kategori “Baik.” Hal ini menunjukkan bahwa secara umum tamu menilai pelayanan hotel/resort telah memenuhi harapan dalam memberikan kenyamanan, perhatian, dan ketepatan pelayanan.

Tabel 4. Jumlah TCR Indikator Interaksi Personal

No	Indikator	TCR	Kategori
1.	Keramahan (<i>Friendliness</i>)	3,80	Baik
2.	Manfaat Sosial (<i>Social</i>)	3,35	Cukup Baik
3.	Informasi (<i>Information</i>)	3,44	Cukup Baik
4.	Rasa Ingin Tahu	3,70	Baik
5.	Layanan Praktis	3,84	Baik

Sumber: Output excel, 2025

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi personal antara staf dan tamu di Montigo Resort Nongsa Batam tergolong baik. Dimensi dengan nilai tertinggi adalah Layanan Praktis (3,84) dan Keramahan (3,80), sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi Manfaat Sosial (3,35). Hal ini mengindikasikan bahwa staf telah mampu memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan sesuai kebutuhan tamu, namun perlu peningkatan dalam menciptakan hubungan sosial yang lebih hangat dan mendalam agar tamu merasa lebih dihargai secara emosional selama menginap.

Deskripsi Variabel Kepuasan Tamu Menginap

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden menggunakan program SPSS versi 25.00, diketahui bahwa variabel Kepuasan Tamu Menginap memiliki nilai rata-rata keseluruhan (TCR) sebesar 3,54, yang termasuk dalam kategori “Baik.” Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum tamu merasa puas terhadap pengalaman menginap di Montigo Resort Nongsa Batam, baik dari segi pelayanan, fasilitas, maupun hubungan yang terjalin dengan pihak hotel.

Tabel 6. Jumlah TCR Indikator Kepuasan Tamu Menginap

No	Indikator	TCR	Kategori
1.	Kualitas Produk/Jasa	3,64	Baik
2.	Kualitas Pelayanan	3,33	Cukup Baik
3.	Nilai Yang Dirasakan	3,29	Cukup Baik
4.	Pengalaman Sebelumnya	3,71	Baik
5.	Hubungan Emosional	3,78	Baik

Sumber: Output excel, 2025

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan tamu menginap di Montigo Resort Nongsa Batam tergolong baik. Dimensi dengan nilai tertinggi adalah Hubungan Emosional (3,78), diikuti oleh Pengalaman Sebelumnya (3,71), sedangkan nilai terendah terdapat pada Nilai yang Dirasakan (3,29). Hal ini mengindikasikan bahwa faktor emosional dan pengalaman positif sebelumnya memiliki pengaruh kuat terhadap kepuasan tamu, sementara aspek nilai dan fasilitas masih perlu ditingkatkan agar dapat memenuhi bahkan melampaui harapan tamu secara menyeluruh.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Interaksi Personal di Montigo Resort Nongsa Batam

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan tamu menginap, yang ditunjukkan oleh nilai R sebesar 0,916 dan R Square sebesar 0,839. Artinya, 83,9% variasi kepuasan tamu dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Selain itu, interaksi personal juga terbukti memengaruhi kepuasan tamu, dengan nilai R sebesar 0,461 dan R Square sebesar 0,213. Hal ini berarti 21,3% variasi kepuasan tamu dijelaskan oleh interaksi personal, sedangkan persentase lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, kualitas pelayanan dan interaksi personal terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu menginap di Montigo Resorts Nongsa Batam, dengan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan di Montigo Resorts Nongsa Batam dari indikator yang telah ditentukan menunjukkan secara keseluruhan dari 100 responden berada dalam kategori baik dengan presentase sebesar 3,84 %.

2. Interaksi personal di Montigo Resorts Nongsa Batam dari indikator yang telah ditentukan menunjukan secara keseluruhan dari 100 responden berada dalam kategori baik dengan presentase sebesar 3,62 %.
3. Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan interaksi personal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu menginap di Montigo Resorts Nongsa Batam.

DAFTAR PUSTAKA

- Aria, & Atik. (2018). Kualitas pelayanan prima dalam perspektif manajemen pemasaran. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 45–56.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Kepuasan pelanggan dalam perspektif pemasaran jasa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2), 112–125.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). Kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen pada UMKM di Jakarta (studi kasus pembelian melalui Shopee). *Responsive*, 5(1), 19–?? <https://doi.org/10.24198/responsive.v5i1.39338>
- Cheng, Y., & Lu, H. (2022). *Personal interaction and service communication in hospitality. Journal of Service Management*, 18(3), 112–124
- Estikowati, D. (2016). Kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen pada industri perhotelan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*
- Hossain, M., Alamgir Hossain, M., Al Masud, A., & Sabbir Hossain, M. (2024). *Understanding the effect of millennial tourists' accommodation service experiences using structural equation modeling techniques: an emerging economy context*.
- Irawan. (2021). Kepuasan pelanggan: Konsep dan pengukuran. Jakarta: PT Gramedia.
- Jones, R. (2024). *Human touch in the digital era of hospitality. International Journal of Hospitality & Tourism Management*, 29(1), 77–89.
- Kasmir. (2017). Manajemen sumber daya manusia (teori dan praktik). Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2014). Manajemen pemasaran jasa: Berbasis kompetensi. Jakarta: Salemba Empat.
- Meirana. (2017). Hotel sebagai bisnis jasa akomodasi dan layanan publik. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 5(2), 120–134
- Moenir, H. A. S. (2019). Manajemen pelayanan umum di Indonesia. Bumi Aksara.
- Munandar, A. (2021). Interaksi personal dan loyalitas pelanggan dalam industri layanan modern. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 56–68. <https://doi.org/xxxx>
- Munandar, A. (2021). Manajemen pelayanan jasa perhotelan. Penerbit Andi

Pertiwi. (2021). Analisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan hotel berbintang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 55-66.