

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KETERAMPILAN KOMUNIKASI FRONT OFFICE AGENT TERHADAP KEPUASAN TAMU MENGINAP DI FAVEHOTEL NAGOYA BATAM

Tarisa Oktaviani^{1*}, Violinthika Harmawan, M.Pd,
Hasmuddin Hamid²

Tarisa Oktaviani 1,
Departemen Pariwisata
Fakultas pariwisata dan Perhotelan
Universitas Negeri Padang
tarisaoktaviani269@gmail.com

Violinthika Harmawan, M.Pd 2,
Departemen Pariwisata
Fakultas pariwisata dan Perhotelan
Universitas Negeri Padang
violinharmawan@fpp.unp.ac.id

Hasmuddin Hamid 3,
Operasional Manager
Favehotel Nagoya Batam
hasmuddinhmid@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan, keterampilan komunikasi petugas Front Office, serta tingkat kepuasan tamu di Favehotel Nagoya Batam. Selain itu, studi ini juga menganalisis sejauh mana kualitas pelayanan dan keterampilan komunikasi petugas Front Office memengaruhi tingkat kepuasan tamu yang menginap. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berskala Likert, sedangkan proses pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 27. Sampel sebanyak 168 responden dipilih secara purposive sampling. Secara keseluruhan, temuan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 77,37%, keterampilan komunikasi sebesar 78,55%, dan kepuasan tamu sebesar 79,93% yang semuanya berada dalam kategori baik. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, kepuasan tamu terbukti dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas pelayanan ($B = 0,240$; $Sig. = 0,000$), demikian juga keterampilan komunikasi ($B = 0,697$; $Sig. = 0,000$). Secara keseluruhan kedua komponen memberikan dampak yang cukup besar terhadap kepuasan tamu ($F = 164,389$; $Sig. = 0,000$) dengan kontribusi sebesar 66,2% ($Adjusted R^2 = 0,662$).

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Keterampilan Komunikasi, Kepuasan Tamu

PENDAHULUAN

Sebagai bagian dari sektor pariwisata, industri hotel turut mengambil peran besar dalam menopang pertumbuhan ekonomi, sehingga hotel dituntut terus bersaing dengan menghadirkan layanan terbaik agar pengalaman menginap tamu benar-benar berkesan. Keberhasilan hotel pada akhirnya ditentukan oleh seberapa puas tamunya, sebab tamu yang merasa puas umumnya akan menginap kembali serta menyarankan hotel tersebut ke pihak lain. Ketidakpuasan muncul ketika harapan tamu dibandingkan dengan layanan aktual yang mereka terima (Kotler dan Keller, 2016).

Lokasi penelitian ditetapkan di Favehotel Nagoya Batam, sebuah hotel berbintang tiga naungan Archipelago International Group yang letaknya strategis di Kota Batam, tidak jauh dari kawasan bisnis maupun destinasi wisata. Hotel ini menyediakan 119 kamar yang terdiri atas tipe Deluxe Room dan Junior Suite Room. Berikut disajikan rekapitulasi tingkat hunian (occupancy) Favehotel Nagoya sepanjang tahun 2025.

Tabel 1. Tingkat Hunian Favehotel Nagoya Batam 2025

No.	Bulan	Total Occupancy (%)	Target Management (%)
1	Januari	76	88
2	Februari	88	84,9
3	Maret	75	69,8
4	April	80,3	95
5	Mei	87,4	96
6	Juni	90,5	97
7	Juli	92,49	93,4
8	Agustus	90,21	92
9	September	93,31	94
10	Oktober	91,79	92
11	November	92,89	93

No.	Bulan	Total Occupancy (%)	Target Management (%)
12	Desember	88,1	91

Sumber: Operasional Manager Favehotel Nagoya Batam

Data tersebut memperlihatkan bahwa pada bulan-bulan tertentu, seperti Januari (76% dari target 88%), April (80,3% dari target 95%), dan Desember (88,1% dari target 91%), tingkat hunian belum mencapai target yang ditetapkan manajemen. Kondisi tingkat hunian yang relatif tinggi tersebut tidak selalu diimbangi dengan ketersediaan jumlah Front Office Agent yang memadai, di mana jumlah staf front office di Favehotel Nagoya Batam sebanyak 4 orang yang terbagi dalam tiga shift, didukung oleh 1 orang Supervisor Front Office. Keterbatasan jumlah staf tersebut, terutama pada saat tingkat hunian tinggi, berpotensi meningkatkan beban kerja karyawan sehingga dapat memengaruhi kelancaran dan kualitas pelayanan, seperti lamanya waktu tunggu pada saat tamu melakukan check-in dan check-out, serta kecepatan dalam menanggapi permintaan maupun keluhan tamu.

Berdasarkan penelusuran terhadap ulasan tamu pada platform Google Review dan Trip.com, ditemukan beberapa tanggapan yang menunjukkan pengalaman menginap yang belum sepenuhnya memenuhi harapan tamu, di antaranya ketidaksesuaian antara harga dengan kondisi kamar dan pelayanan yang diterima, serta proses pelayanan yang dinilai masih memerlukan peningkatan dalam hal daya tanggap. Fenomena ini diperkuat oleh hasil wawancara awal penulis dengan staf dan tamu Favehotel Nagoya Batam, yang mengungkapkan adanya kasus kesalahan pemenuhan permintaan kamar, keterlambatan penanganan keluhan fasilitas, serta ketidaksesuaian permintaan kamar, yang berujung pada ketidakpuasan tamu. Hal ini sejalan dengan konsep SERVQUAL yang dirumuskan Parasuraman, dkk. (1988), yang menyatakan bahwa penilaian kualitas layanan mengacu pada beberapa aspek pokok, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Bagaimana kelima dimensi ini diterapkan sangat memengaruhi cara pengunjung melihat layanan hotel. Keterampilan komunikasi juga memegang peranan penting, karena menurut Purwanto (2019), komunikasi yang efektif ditandai dengan kemampuan menyampaikan informasi secara jelas, mendengarkan secara aktif, serta penggunaan bahasa verbal dan nonverbal yang tepat. Komunikasi yang kurang jelas dapat menimbulkan kesalahpahaman, meningkatkan keluhan, dan menurunkan tingkat kepuasan tamu.

Fenomena yang ditemukan menunjukkan bahwa tingkat kepuasan tamu dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan keterampilan komunikasi Front Office Agent. Akibatnya, studi ini dilakukan untuk mengevaluasi dampak kedua variabel tersebut terhadap kepuasan tamu yang menginap di Favehotel Nagoya Batam.

METODOLOGI

Studi ini memakai pendekatan kuantitatif melalui desain asosiatif kausal guna mengkaji bagaimana satu variabel berdampak pada variabel lain (Sugiyono, 2020). Kepuasan tamu (Y) adalah variabel terikatnya, sedangkan dua variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan (X1) dan keterampilan komunikasi (X2). Pengambilan data dilakukan di Favehotel Nagoya Batam pada April–Mei 2026.

Populasi dalam studi ini mencakup 75.677 tamu yang pernah menginap di Favehotel Nagoya Batam dari Januari hingga Desember 2025, menurut statistik tingkat hunian. Untuk memilih responden, digunakan purposive sampling, yaitu salah satu metode non-probability sampling. Responden harus menginap minimal satu malam, pernah berinteraksi secara langsung dengan staf front office saat check-in maupun check-out, berusia 17 tahun ke atas, bersedia mengisi kuesioner, serta melakukan pemesanan secara mandiri (Free Independent Traveler). Untuk memperkirakan ukuran sampel, digunakan pedoman Hair dkk. (2019) yang merekomendasikan ukuran sampel sebanyak 5–10 kali dari jumlah indikator. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 168 responden (7 x 24), mengikuti 24 indikator penelitian.

Instrumen penelitian ini terdiri dari 24 butir pertanyaan yang didistribusikan dan disusun menggunakan skala Likert. Variabel kualitas pelayanan memuat 9 butir yang mencakup indikator keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, serta bukti fisik; 7 butir pernyataan untuk variabel keterampilan komunikasi (indikator komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, kemampuan mendengarkan, dan penanganan keluhan); serta 8 butir pernyataan untuk variabel kepuasan tamu (mencakup indikator kesesuaian dengan harapan, perasaan puas, keinginan untuk menginap kembali, dan kesediaan merekomendasikan). Sebelum digunakan sebagai instrumen penelitian, setiap pertanyaan telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Setelah responden dinyatakan memenuhi kriteria, kuesioner kemudian disebarakan kepada mereka. Selanjutnya, data yang dikumpulkan diproses dengan program SPSS versi 27. Setelah analisis deskriptif, dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas, kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian berikut menyajikan temuan analisis data beserta pembahasannya untuk menjawab tujuan penelitian yang telah dirumuskan.

A. Hasil

1. Deskripsi Karakteristik Responden

a. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Responden diklasifikasikan menurut jenis kelamin ke dalam 2 kategori, yaitu laki-laki dan perempuan; sebaran jumlah pada masing-masing kelompok disajikan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	69	40,9%
Perempuan	99	59,1%
Total	168	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2026.

Merujuk Tabel 2, mayoritas responden merupakan perempuan, yaitu sebanyak 99 responden (59,1%), sedangkan tamu laki-laki berjumlah 69 responden (40,9%) dari total responden. Temuan tersebut menunjukkan bahwa mayoritas tamu yang menjadi responden pada penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

b. Karakteristik Responden Menurut Usia

Responden pada penelitian ini dikelompokkan menurut rentang usia. Distribusi jumlah responden pada setiap kelompok usia disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Responden Menurut Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17–20 Tahun	38	22,5%
21–30 Tahun	98	58,5%
31–40 Tahun	18	10,7%
> 40 Tahun	14	8,3%
Total	168	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2026.

Mengacu pada Tabel 3, kelompok usia terbanyak di antara responden berasal dari rentang 21–30 tahun dengan 98 responden (58,5%), kelompok usia 17–20 tahun sebanyak 38 orang (22,5%), sedangkan kelompok usia 31–40 tahun berjumlah 18 responden (10,7%). Sementara itu, kelompok responden berusia di atas 40 tahun merupakan yang paling sedikit, yaitu sebanyak 14 responden (8,3%).

c. Karakteristik Responden Menurut Tujuan Menginap

Berdasarkan temuan penelitian, responden dikelompokkan berdasarkan tujuan menginap.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menginap

Tujuan Menginap	Jumlah	Persentase
Bisnis/Pekerjaan	34	20,1%
Wisata/Liburan	110	65,6%
Kunjungan keluarga	19	11,3%
Lainnya	5	3%
Total	168	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2026.

Mengacu pada Tabel 4, sebagian besar responden menginap untuk tujuan wisata/liburan yaitu sebanyak 110 orang (65,6%), selanjutnya tujuan bisnis sebanyak 34 orang (20,1%), diikuti kunjungan keluarga sebanyak 19 orang (11,3%), sedangkan tujuan lainnya hanya 5 orang (3%).

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menginap

Penelitian ini mengklasifikasikan partisipan ke dalam 3 kelompok frekuensi menginap di Favehotel Nagoya Batam, sebagaimana disajikan berikut.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menginap

Frekuensi Menginap	Jumlah	Persentase
1 kali	94	56%
2–3 kali	59	35,1%
Lebih dari 3 kali	15	8,9%
Total	168	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2026.

Merujuk Tabel 5, mayoritas responden baru satu kali menginap di Favehotel Nagoya Batam, yaitu sebanyak 94 responden (56%), disusul tamu yang menginap 2–3 kali sebanyak 59 responden (35,1%), dan lebih dari 3 kali sebanyak 15 responden

(8,9%). Dengan kata lain, mayoritas responden pada penelitian ini merupakan tamu yang baru pertama kali menginap di Favehotel Nagoya Batam.

2. Deskripsi Data Variabel

Studi ini mencakup tiga variabel: Kualitas Pelayanan (X1) dan Keterampilan Komunikasi (X2) sebagai variabel bebas, sedangkan Kepuasan Tamu (Y) sebagai variabel terikat. Ketiganya diukur melalui 9, 7, dan 8 item pernyataan yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum disebarkan kepada 168 responden.

a. Penjelasan Data Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Analisis data dari 168 responden memperoleh nilai rata-rata 34,82, nilai tengah 35,00, modus 43, standar deviasi 6,104, varians 37,253, skor minimum 9, skor maksimum 45, dan sum 5.849. Rincian nilai TCR pada variabel Kualitas Pelayanan disajikan dalam Tabel 6.

Tabel 6. Tingkat Capaian Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Variabel	Indikator	Total	TCR (%)
Kualitas Pelayanan	X1.1	638	75,95
	X1.2	645	76,79
	X1.3	642	76,43
	X1.4	642	76,43
	X1.5	665	79,17
	X1.6	653	77,74
	X1.7	629	74,88
	X1.8	633	75,36
	X1.9	702	83,57
	Rata-rata	5849	77,37
	Kriteria		Baik

Sumber: Output SPSS versi 27.00, 2026

Nilai TCR tertinggi terdapat pada butir X1.9 (penampilan petugas front office) sebesar 83,57%, sedangkan nilai TCR terendah terdapat pada butir X1.7 (perhatian secara personal kepada tamu) sebesar 74,88%. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Front Office Agent di Favehotel Nagoya Batam secara umum sudah baik, namun aspek empati masih memiliki ruang untuk ditingkatkan.

b. Penjelasan Data Variabel Keterampilan Komunikasi (X2)

Hasil pengolahan data terhadap 168 responden menunjukkan nilai mean sebesar 27,49, median 27,00, modus 27, standar deviasi 3,926, varians 15,413, skor minimum 15, skor maksimum 35, dan sum 4.619. Hasil perhitungan TCR untuk variabel Keterampilan Komunikasi disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Tingkat Capaian Responden Variabel Keterampilan Komunikasi (X2)

Variabel	Indikator	Skor Total	TCR (%)
Keterampilan Komunikasi	X2.1	629	74,88
	X2.2	686	81,67
	X2.3	627	74,64
	X2.4	680	80,95
	X2.5	682	81,19
	X2.6	639	76,07
	X2.7	676	80,48
	Rata-rata	4619	78,55
	Kriteria		Baik

Sumber: Output SPSS versi 27.00, 2026

Rata-rata nilai TCR pada variabel Keterampilan Komunikasi sebesar 78,55% dan termasuk dalam kategori baik. Nilai TCR tertinggi terdapat pada butir X2.2 (nada bicara sopan dan ramah) sebesar 81,67%, sedangkan nilai TCR terendah terdapat pada butir X2.3 (kontak mata) sebesar 74,64%. Hasil ini menunjukkan bahwa keterampilan komunikasi Front Office Agent secara umum sudah baik, namun aspek komunikasi nonverbal masih perlu ditingkatkan.

c. Penjelasan Data Variabel Kepuasan Tamu (Y)

Hasil dari analisis data yang melibatkan 168 responden menunjukkan nilai rata-rata (mean) sebesar 31,97, nilai tengah (median) 32,00, angka yang paling sering muncul (modus) 32, deviasi standar 4,802, varians 23,059, nilai terendah (skor minimum) 15,

nilai tertinggi (skor maksimum) 40, dan total (sum) 5.371. Detail mengenai TCR variabel Kepuasan Tamu disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Tingkat Capaian Responden Variabel Kepuasan Tamu (Y)

Variabel	Indikator	Total	TCR (%)
Kepuasan Tamu	Y1	638	75,95
	Y2	661	78,69
	Y3	659	78,45
	Y4	688	81,90
	Y5	689	82,02
	Y6	645	76,79
	Y7	677	80,60
	Y8	714	85,00
	Rata-rata	5371	79,93
	Kriteria		Baik

Sumber: Output SPSS versi 27.00, 2026

Secara keseluruhan, nilai rata-rata TCR variabel Kepuasan Tamu adalah sebesar 79,93% dan berada pada kategori baik. Nilai TCR tertinggi terdapat pada butir Y8 (kesediaan memberikan ulasan positif) sebesar 85,00%, sedangkan nilai TCR terendah terdapat pada butir Y1 (kesesuaian harapan) sebesar 75,95%. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan tamu menginap di Favehotel Nagoya Batam secara umum sudah baik, namun aspek kesesuaian harapan tamu terhadap pelayanan yang diterima masih memerlukan perhatian lebih dari pihak manajemen.

3. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas terhadap variabel kualitas pelayanan serta keterampilan komunikasi yang berhubungan dengan kepuasan tamu menginap di Favehotel Nagoya Batam dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov pada program SPSS 27. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebesar $> 0,05$. Dasar pengambilan keputusan disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test)

Keterangan	Unstandardized Residual
N	168
Mean	0,0000000
Std. Deviation	2,77585247
Absolute	0,063
Positive	0,063
Negative	-0,046
Test Statistic	0,063
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,097

Sumber: Output SPSS versi 27.00, 2026

Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) diperoleh sebesar 0,097, sehingga residual dapat dinyatakan berdistribusi normal dan telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode Glejser, dengan kriteria bahwa nilai signifikansi $> 0,05$ menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Rincian hasilnya disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	3,858	1,000		3,857	0,000
Kualitas Pelayanan	-0,064	0,033	-0,212	-1,954	0,052
Keterampilan Komunikasi	0,016	0,051	0,034	0,316	0,753

Sumber: Output SPSS versi 27.00, 2026. Variabel dependen: Absolut Residual

Uji Glejser menghasilkan nilai signifikansi 0,052 untuk kualitas pelayanan dan 0,753 untuk keterampilan komunikasi. Kedua nilai tersebut melebihi 0,05, sehingga model regresi dinyatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas disajikan pada Tabel 11.

Tabel 11. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	0,495	2,021
Keterampilan Komunikasi	0,495	2,021

Sumber: Output SPSS versi 27.00, 2026

Mengacu pada hasil uji multikolinearitas di atas, diperoleh angka toleransi 0,495 dan VIF 2,021 untuk kedua variabel bebas. Angka toleransi yang melebihi 0,10 serta nilai VIF yang kurang dari 10 menunjukkan bahwa model regresi terbebas dari gejala multikolinearitas.

4. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi berganda disajikan pada Tabel 12.

Tabel 12. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	B	Std. Error	t	Sig.
(Constant)	4,432	1,545	2,869	0,005
Kualitas Pelayanan (X1)	0,240	0,050	4,772	0,000
Keterampilan Komunikasi (X2)	0,697	0,078	8,913	0,000

Sumber: Output SPSS versi 27.00, 2026

Berdasarkan analisis regresi berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,432 + 0,240X_1 + 0,697X_2$$

Angka konstanta sebesar 4,432 berarti apabila Kualitas Pelayanan dan Keterampilan Komunikasi bernilai 0, maka nilai kepuasan tamu diperkirakan sebesar 4,432. Koefisien regresi X1 bernilai 0,240 dan koefisien regresi X2 bernilai 0,697 mengindikasikan arah pengaruh yang positif, artinya setiap kenaikan kualitas pelayanan sebanyak 1 unit berpotensi menaikkan kepuasan tamu hingga 0,240 unit, sementara setiap kenaikan 1 unit pada keterampilan komunikasi berpotensi menaikkan kepuasan tamu sebanyak 0,697 unit, asalkan variabel lainnya tetap konstan.

b. Uji t (Uji Parsial)

Angka t pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) tercatat 4,772 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Sementara itu, Keterampilan Komunikasi (X2) memiliki angka t sebesar 8,913 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis kedua (H2) juga diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keterampilan komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu.

c. Uji F (Uji Simultan)

Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Hasil Uji F

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F / Sig.
Regression	2564,057	2	1282,028	F = 164,389
Residual	1286,795	165	7,799	Sig. = 0,000
Total	3850,851	167		

Sumber: Hasil Output SPSS versi 27.00, 2026

Hasil uji F menunjukkan nilai F sebesar 164,389 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga hipotesis H3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan keterampilan komunikasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Favehotel Nagoya Batam.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil pengujian koefisien determinasi disajikan pada Tabel 14.

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Model Summary)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,816	0,666	0,662	2,793

Sumber: Output SPSS versi 27.00, 2026

Mengacu pada Tabel 14, angka koefisien determinasi terkoreksi sebesar 0,662 mengindikasikan kualitas pelayanan (X1) dan keterampilan komunikasi (X2) secara simultan mampu menjelaskan 66,2% variasi kepuasan tamu (Y), sedangkan sisanya sebesar 33,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu

Hasil uji hipotesis menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Favehotel Nagoya Batam, dengan angka koefisien regresi 0,240 serta taraf signifikansi 0,000 ($t = 4,772 > 1,96$). Temuan ini konsisten dengan gagasan Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan kepuasan tamu terbentuk dari selisih antara harapan dan kinerja layanan yang dirasakan, serta didukung oleh penelitian Pradana (2023), Putra (2022), dan Sartika (2017) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Front Office berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas tamu. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan Front Office Agent akan meningkatkan kepuasan tamu. Kondisi ini menunjukkan bahwa layanan yang cepat, tepat, dan sesuai ekspektasi dapat membentuk pengalaman menginap yang lebih baik sehingga menimbulkan rasa puas terhadap pelayanan hotel.

2. Pengaruh Keterampilan Komunikasi terhadap Kepuasan Tamu

Pengujian hipotesis memperlihatkan bahwa keterampilan komunikasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, ditunjukkan oleh nilai koefisien 0,697 dan signifikansi 0,000 ($t = 8,913 > 1,96$). Hal ini mengindikasikan, semakin baik kemampuan Front Office menyampaikan informasi dengan jelas, menyimak kebutuhan tamu, serta merespons dengan sopan dan tepat, maka tingkat kepuasan tamu akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Purwanto (2019) yang menyatakan bahwa komunikasi yang efektif menjadi salah satu unsur kunci dalam membangun layanan yang berkualitas.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keterampilan Komunikasi secara Simultan terhadap Kepuasan Tamu

Hasil uji F memperoleh nilai F hitung 164,389 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bersama keterampilan komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu secara simultan, dengan kontribusi mencapai 66,2% (Adjusted R Square = 0,662). Sisanya sebesar 33,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini, seperti harga, fasilitas hotel, lokasi, citra hotel, serta pengalaman pribadi tamu. Hasil ini menunjukkan bahwa penerapan kualitas pelayanan dan keterampilan komunikasi yang baik memberikan kontribusi penting terhadap peningkatan kepuasan tamu. Temuan ini sejalan dengan penelitian Pradana (2023) serta Ananda dan Wahyudi (2023).

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan Front Office Agent di Favehotel Nagoya Batam tergolong dalam kategori baik, dengan nilai Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 77,37% mencakup aspek reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles yang secara umum telah mampu memenuhi harapan tamu.
2. Keterampilan Komunikasi Front Office Agent di Favehotel Nagoya Batam termasuk dalam kategori baik, dengan nilai Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 78,55% mencakup aspek komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, kemampuan mendengarkan, dan penanganan keluhan yang secara umum telah mendukung proses pelayanan kepada tamu.
3. Kepuasan Tamu di Favehotel Nagoya Batam tergolong dalam kategori baik, dengan nilai Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 79,93% mencakup aspek kesesuaian harapan, perasaan puas, minat menginap kembali, dan kesediaan merekomendasikan hotel kepada orang lain.
4. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu, dengan koefisien regresi 0,240 pada taraf signifikansi $0,000 < 0,05$ ($t = 4,772$).
5. Keterampilan Komunikasi juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu, ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi 0,697 dan nilai signifikansi $0,000 (< 0,05)$.
6. Kualitas Pelayanan dan Keterampilan Komunikasi secara bersama-sama terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu, ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 164,389 dan signifikan pada $p = 0,000$ yang kurang dari 0,05. Kontribusi yang diberikan sebesar 66,2% (Adjusted R Square = 0,662), sedangkan 33,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dicakup.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, F. R., & Wahyudi, D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di Fave Hotel Glodok Jakarta. Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SPNK), 2, 585–595.
- Arikunto, S. (2019). Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik. Rineka Cipta.
- Effendy, O. U. (2017). Ilmu komunikasi: Teori dan praktik. PT Remaja Rosdakarya.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS (Edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- 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.
- Pradana, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan keterampilan komunikasi front office terhadap kepuasan tamu menginap di Hotel Vega Tangerang [Skripsi Sarjana, Universitas Pelita Harapan].
- Purwanto, D. (2019). *Komunikasi bisnis* (Edisi ke-6). Erlangga.
- Putra, M. D. V. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan pada front office department terhadap kepuasan tamu di Sense Hotel Seminyak [Skripsi Sarjana, Universitas Udayana].
- Sartika, N. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan front office terhadap loyalitas tamu di Hotel Aryaduta Makassar [Skripsi Sarjana, Universitas Negeri Makassar].
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Service, quality, & satisfaction* (Edisi ke-4). Andi.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.