

KUALITAS PELAYANAN *GUEST RELATION OFFICER* DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN TAMU VIP DI SWISS-BELHOTEL SOLO

Amalia Andriani¹, Titik Akiriningsih², Afrilia Elizabet Sagala³

Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta¹, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta²,
Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta³
amaliaandrianiprameswari@gmail.com , Ai_RienNha82@yahoo.com,
afriliaelizabethsagala@gmail.com

Abstrac

This study aims to describe the service quality of guest relations officer (GRO) on guest satisfaction at Swiss-Belhotel Solo. This study uses qualitative data collection techniques in the form of observation, interviews, documentation and literature study. The researcher used purposive sampling with the sample interviewed by the duty manager, ten Very Important Person guests (VIP) and supported by eight guests in the form of guest comments. The results of the study used five variables of service quality, namely tangible, responsiveness, empathy, assurance and reliability. Tangible, Guest Relations Officer (GRO) uses a neat appearance according to the theme. Responsiveness, Guest Relations Officer (GRO) can serve quickly. Empathy, Guest Relations Officer (GRO) can provide genuine concern and offer assistance. Assurance, guests get service guarantees in accordance with Standard Operating Procedures (SOP). Reliability, service according to guest expectations and the promised service is proven. The results of the discussion stated that tangible, responsiveness, empathy, assurance and reliability had a positive influence in increasing the satisfaction of Very Important Person guests (VIP).

Keywords: Service Quality, Guest Relations Officer, and Guest Satisfaction

1. PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan yang bermutu berdampak pada meningkatnya kepuasan tamu. Jika kualitas pelayanan tidak sesuai yang diharapkan dan tamu merasa kurang diperhatikan maka timbul hal-hal yang dapat merugikan pihak hotel. Terdapat *department* yang berperan penting dalam melayani tamu yaitu *front office*. *Department* ini merupakan pelayanan di awal kedatangan tamu. *Front office* adalah suatu departemen dalam hotel yang berada di *lobby* dapat memberikan kesan saat tamu tiba dan meninggalkan hotel. Menurut Kusdiana Sari, L, Akiriningsih, T, dan Yudi Nugroho, B. (2021:12) *Front Office Department* atau Bagian Kantor Depan bagi hotel dikenal sebagai *the first and the last impression of the guest*, artinya di *Front Office* inilah yang pertama dan terakhir dari tamu. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil Swiss-Belhotel Solo sebagai lokasi penelitian.

Very Important Person (VIP) adalah tamu penting di hotel sehingga saat kedatangan tamu tersebut, tamu harus disambut dengan baik agar terciptanya suasana kenyamanan dan *homey*. Swiss-Belhotel Solo ialah salah satu hotel dalam melayani *Very Important Person (VIP)* menyerahkan *job deskripsi* kepada *Guest Relation Officer (GRO)*. Untuk memaksimalkan *job deskripsi* di *Guest Relation Officer (GRO)* dalam penanganan *Very Important Person (VIP)* perlu adanya *staff* tambahan untuk *rolling shift* supaya setiap ada tamu *Very Important Person (VIP)* dapat terlayani dengan baik. Tujuan penulis dalam penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan kualitas pelayanan mengenai petugas *Guest Relation Officer (GRO)* dan kepuasan tamu di Swiss-Belhotel Solo.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Adabi (2020:35) kualitas pelayanan merupakan sebuah kualitas dari karyawan yang memberikan tindakan jasa sesuai dengan keinginan tamu. Kualitas pelayanan merupakan upaya untuk memenuhi keinginan maupun kebutuhan tamu dan tepatnya penyampaian untuk mencapai harapan (Sudirman dkk, 2022: 203). Maka dari uraian tersebut kualitas pelayanan merupakan pelayanan yang dilakukan oleh karyawan kepada tamu untuk memenuhi harapan tamu agar tercipta kenyamanan saat tamu menikmati jasa atau produk. Untuk lebih jelas dapat diuraikan menggunakan dimensi kualitas pelayanan. Menurut Kotler dan Keller (2012: 396) telah mengemukakan teori berkaitan dengan lima dimensi yaitu:

- 1) Bukti fisik (*tangible*) adalah bentuk dari sebuah jasa seperti penampilan fisik, fasilitas, komunikasi, dan personal.
- 2) Ketanggapan (*responsiveness*) yakni keinginan untuk menolong tamu beserta menyediakan kecepatan pelayanan.
- 3) Empati (*empathy*) yaitu kesediaan karyawan maupun perusahaan dalam memberikan perhatian dan menyediakan perhatian individual kepada tamu.
- 4) Jaminan (*assurance*) adalah karyawan memiliki kesopanan, pengetahuan dan kemampuan dalam menyampaikan keyakinan dan kepercayaan.
- 5) Keandalan (*reliability*) adalah memiliki kemampuan untuk melaksanakan layanan sesuai pada layanan yang dijanjikan dengan tepat maupun handal.

Jadi peneliti membatasi kualitas pelayanan dengan tiga indikator *tangible*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance*, dan *reliability* karena peneliti ingin melihat lebih jauh indikator tersebut di Swiss-Belhotel Solo. Menurut Kotler dan Keller (2012:396) terdapat indikator yang berhubungan dengan kualitas pelayanan sebagai berikut:

- 1) Dimensi bukti fisik (*tangible*) terdapat indikator antara lain:
 - a) *Guest Relation Officer (GRO)* yang berpenampilan rapi dan profesional.
 - b) Peralatan yang lengkap dan modern.
 - c) Fasilitas terlihat menarik secara visual.
- 2) Dimensi ketanggapan (*responsiveness*) terdapat indikator antara lain:

- a) Menjaga informasi tamu berkaitan dengan kapan layanan akan dilakukan.
 - b) *Guest Relation Officer (GRO)* menyediakan pelayanan yang cepat untuk tamu.
 - c) *Guest Relation Officer (GRO)* mempunyai kesiapan melayani permintaan tamu.
- 3) Dimensi empati (*empathy*) terdapat indikator antara lain:
 - 1) *Guest Relation Officer (GRO)* perhatian yang ikhlas.
 - 2) *Guest Relation Officer (GRO)* mengutamakan kepentingan tamu.
 - 3) *Guest Relation Officer (GRO)* dapat memahami keinginan tamu.
 - 4) Dimensi jaminan (*assurance*) terdapat indikator antara lain:
 - a) *Guest Relation Officer (GRO)* menumbuhkan rasa aman selama bertransaksi.
 - b) *Guest Relation Officer (GRO)* dapat menanamkan rasa percaya kepada tamu.
 - c) *Guest Relation Officer (GRO)* memiliki sikap sopan secara konsisten.
 - 5) Dimensi keandalan (*reliability*) terdapat indikator antara lain:
 - a) *Guest Relation Officer (GRO)* memberikan pelayanan yang dijanjikan.
 - b) *Guest Relation Officer (GRO)* dapat memberikan pelayanan benar dari awal.
 - c) *Guest Relation Officer (GRO)* dapat diandalkan dalam menangani masalah tamu.

Guest Relation Officer (GRO)

Guest Relation Officer (GRO) yaitu segmen hotel yang berhubungan dengan *Very Important Person guest (VIP)*, mengatasi keluhan tamu, menyapa tamu dan menyambut saat tamu tiba di hotel (Sambodo, 2020:15). *Guest Relation Officer (GRO)* yakni karyawan hotel berada di area *front office* yang memiliki kewajiban untuk memberi informasi tamu berkaitan dengan fasilitas, menemani tamu saat tamu duduk santai di *lobby* dengan mengajak berbicara berkaitan dengan hotel dan menangani keluhan serta saran tamu (Sihite, 2000:202). Dari uraian tersebut *Guest Relation Officer (GRO)* adalah staf bagian dari *front office* yang menangani tamu penting yang ada di hotel dengan menyediakan *VIP treatment* beserta memberikan pelayanan yang baik agar tamu berkesan.

Very Important Person (VIP)

Menurut Sambodo (2020:124) *Very Important Person (VIP)* adalah tamu di hotel tersebut, contohnya yaitu tamu yang menginap dengan harga mahal, selebritis, manajer, politisi, maupun senior manajer hotel. Menurut Sihite (2000:84) *Very Important Person guest (VIP)* adalah tamu-tamu dipandang khusus oleh pihak hotel, dikatakan penting karena sering berkunjung ke hotel ataupun memiliki jabatan di tengah masyarakat, secara ekonomis atau politis mempunyai pengaruh besar di dalam maupun di luar hotel. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan *Very Important Person (VIP)* adalah tamu penting yang berkunjung di hotel sehingga harus diberikan pelayanan secara khusus dan dapat dibilang *Very Important Person (VIP)* karena tamu itu tergolong dalam klasifikasi *Very Important Person (VIP)* pada hotel.

Kepuasan Tamu

Kepuasan tamu yaitu pandangan baik atau buruk seseorang yang timbul setelah merasakan kinerja dengan harapan (Sudirman, 2022:202). Kepuasan tamu yakni perasaan puas atau kecewa karena membandingkan hasil yang dinikmati dengan ekspektasi tamu (Kasinem, 2020:330). Maka kepuasan tamu adalah pengukuran tamu setelah merasakan jasa maupun produk antara harapan dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penulis memakai metode kualitatif untuk penelitian ini. Menurut Wulansari dan Meirinawati (2020:461) kualitatif yakni penelitian tidak menghitung maupun statistik serta memiliki tujuan menyatakan penyebab secara holistik- kontekstual dari kumpulan data dengan peneliti sebagai instrumen kunci. Sedangkan kualitatif yaitu *social influence* tidak dapat dihitung dengan kuantitatif, namun penelitian berguna menganalisis, mendapatkan dan menguraikan keunggulan (Pratiwi, dkk 2020:54). Berdasarkan uraian di atas maka dapat diambil kesimpulan kualitatif adalah penelitian yang tidak dapat diukur dengan angka namun dapat digambarkan dengan fenomena yang telah terjadi sehingga peneliti melakukan wawancara langsung.

Tempat dan Waktu

Peneliti melakukan penelitian selama 1 (satu) tahun dimulai bulan Agustus 2021 – Agustus 2022. Lokasi yang diteliti berlangsung di Swiss-Belhotel Solo pada bagian *front office department*, berada di Jalan Ahmad Yani No. 45, Gilingan, Banjarsari, Surakarta, Jawa Tengah. Swiss-Belhotel Solo dimiliki oleh perusahaan yang bernama PT. Delta Merlin Dunia Properti terletak di Jalan Pemuda No. 142, Semarang, Jawa Tengah.

Populasi dan Sampel

Populasi yaitu kelompok semenjak elemen penelitian, di mana dibutuhkan. Populasi dapat terbatas maupun dapat tidak terbatas (Ritonga dan Pane, 2020:37). Sedangkan menurut Pratiwi, dkk (2020:54) populasi merupakan totalitas dari seluruh hasil pengukuran atau menghitung, kuantitatif atau kualitatif berkaitan dengan karakteristik dari seluruh anggota kumpulan yang lengkap maupun jelas yang menginginkan untuk mempelajari sifat. Maka dapat diuraikan populasi yakni seluruh objek dan subjek digunakan untuk penelitian, yang digunakan sebagai populasi untuk penelitian ini yaitu seluruh karyawan *front office* dan seluruh tamu menginap di Swiss-Belhotel Solo.

Sampel yaitu segmen dari populasi berguna sebagai wakil (Ritonga dan Pane, 2020:37). Sampel yaitu setengah yang diambil dari populasi secara ilmiah (Sudirman dkk, 2022:203). Jadi sampel yaitu setengah dari populasi digunakan sebagai subyek penelitian. Teknik sampel yang digunakan *purposive sampling* yang mana sampel setelah dilihat dari teknik *purposive sampling* adalah Bapak Sriyanto selaku *Duty Manager* dan 10 (sepuluh) *Very Important Person guest (VIP)* di Swiss-Belhotel Solo beserta *guest comment* yang ditemui saat tamu *check-out*.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yakni teknik mendapatkan data, sehingga tindakan ini sangat strategis (Maulidyah dkk, 2019:63). Maka teknik pengumpulan data ialah mendapatkan suatu informasi lalu dikelola menjadi data yang memiliki tujuan untuk

menjawab dari rumusan masalah.

Terdapat teknik pengumpulan data yang perlu dilakukan yaitu:

- 1) Observasi
Menurut Ahyar dkk (2020:125) observasi adalah teknik mengumpulkan data dengan menggunakan pengamatan pada obyek penelitian secara langsung artinya pengamatan dilakukan tanpa alat dengan meneliti subyek yang diselidiki dalam situasi sebenarnya yang dilakukan, sedangkan tidak langsung artinya melakukan pengamatan menggunakan alat untuk meneliti subyek yang diselidiki dengan situasi yang sebenarnya. Maka peneliti melakukan observasi langsung dengan mengamati bagaimana kualitas pelayanan *Guest Relation Officer (GRO)* dalam meningkatkan kepuasan tamu *Very Important Person (VIP)* di Swiss-Belhotel Solo.
- 2) Wawancara
Wawancara adalah teknik dilakukan untuk menemukan data dan ulasan lisan dari informan dengan terorganisir serta sistematis (Insani dan Ramdani, 2020:25). Dari teknik pengumpulan data tersebut maka penulis melakukan wawancara secara langsung kepada Bapak Sriyanto, selaku *Duty Manager* dan sepuluh *Very Important Person guest (VIP)* yang menginap di Swiss-Belhotel Solo.
- 3) Dokumentasi
Dokumentasi adalah bentuk atau bahan mendapatkan data dan informasi dalam arsip, gambar, buku, angka berwujud keterangan untuk membantu peneliti (Pratiwi dkk, 2020:55). Pada teknik pengumpulan data dari dokumentasi yang diambil penulis berupa foto, video, dan *guest comment* dari tamu yang menginap di Swiss-Belhotel Solo.
- 4) Studi Pustaka
Studi pustaka yakni untuk mendapatkan landasan teori peneliti membaca literature yang relevan sesuai dengan permasalahan yang sedang diteliti (Kasinem, 2020:335). Teknik pengumpulan data ini agar lebih efektif maka penulis mendapatkan studi pustaka diperoleh dari berbagai jurnal, skripsi dan buku.

Teknik Analisis Data

Analisis data yaitu cara menciptakan maupun menyusun data dengan terstruktur didapatkan dari hasil pengamatan, wawancara serta dokumentasi maka mudah dimengerti dan hasil cipta dapat dijelaskan kepada orang lain (Ahyar dkk, 2020: 161-162). Menurut Sekaran (2017:161-175) terdapat tiga aktivitas analisis data yaitu reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan yaitu:

- 1) Reduksi data (*data reduction*) yakni penetapan proses memilih, pengkodean serta kategori data (Sekaran, 2017:161-175).
- 2) Penyajian data (*data display*) adalah menganalisis data kualitatif dan data tersebut telah direduksi dalam penyajiannya dengan kategori dari awal, matriks, bagan, diagram, grafik maka dapat membantu menentukan pola dan menyusun data sehingga dapat dilakukan penarikan kesimpulan agar lebih mudah (Sekaran, 2017:161-175).
- 3) Penarikan kesimpulan adalah aktivitas yang dilakukan di akhir analisis data kualitatif memiliki beberapa kepentingan yaitu menjawab pertanyaan dari identifikasi tema yang telah diwakili, pertimbangan penjelasan pola dan membuat perbandingan (Sekaran, 2017:161-175).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Swiss-Belhotel Solo

Swiss-Belhotel Solo didirikan pada 10 Maret 2020 karena adanya Pandemi Covid-19, maka Swiss-Belhotel Solo ditutup sementara. Seluruh karyawan yang bekerja di Swiss-Belhotel Solo diliburkan selama 6 bulan. Swiss-Belhotel Solo dibuka kembali pada tanggal 1 September 2020 sebagai *pre-opening*. *Owner* Swiss-Belhotel Solo bernama Bapak Sumitro dan *General Manager* Swiss-Belhotel Solo bernama Bapak Elwas Suwarno.

Tipe Kamar

Swiss-Belhotel Solo memiliki 252 kamar dengan berbagai tipe dan pemandangan cakrawala yang menakjubkan. Seluruh tamu yang menginap di Swiss-Belhotel Solo dapat menikmati pelayanan 24

jam hingga terwujudnya kepuasan tamu. Nomor kamar ganjil dengan pemandangan gunung lawu dan kolam renang. Sedangkan nomor kamar genap dengan pemandangan sungai dan terminal. Harga penambahan *extra bed* senilai Rp. 250.000, jika termasuk sarapan senilai Rp. 350.000. Terdapat lima tipe kamar yang berada di Swiss-Belhotel Solo yakni *deluxe room* 217 terdiri dari 88 *king bed*, 105 *twin bed* dan 24 *hollywood bed*, *executive room* 20 *king bed*, *business suite room* 12 *king bed*, *premier suite room* 2 *king bed* dan *presidential suite room* 1 *king bed*.

Prosedur Guest Relation Officer (GRO)

Dari hasil wawancara, Bapak Sriyanto selaku *Duty Manager* memberi informasi bahwa *Standard Operating Procedure (SOP)* tidak dapat diberikan kepada penulis, namun Ibu Wina selaku *Guest Relation Officer (GRO)* menjelaskan prosedur bagian *Guest Relation Officer (GRO)* di Swiss-Belhotel Solo sebagai berikut:

- 1) Membuat *Very Important Person request (VIP)*.
- 2) *Prepare oshibori dan welcome drink*.
- 3) Menyambut *Very Important Person guest (VIP)* dengan *General Manager (GM)* dan *Front Office Manager (FOM)*.
- 4) Mengantarkan *Very Important Person guest (VIP)* sampai di dalam kamar dan membawa kunci kamar untuk *Very Important Person guest (VIP)*.

Sumber: Hasil Wawancara, 2022

Swiss-belexecutive (SBEC) Membership

Setiap karyawan memiliki target untuk menjualkan *Swiss-belexecutive (SBEC) membership* setiap bulan, salah satunya *Guest Relation Officer (GRO)*. Setiap tamu yang berkenan menjadi anggota tersebut hanya menggunakan KTP. *Swiss-belexecutive (SBEC) membership* senilai 2.350.000 selama satu tahun dengan benefit dua *voucher* menginap di tipe *deluxe room*, gratis renang selama enam bulan, gratis satu kali *upgrade* di satu tingkat, dua *voucher* diskon 50%, dua kali gratis *gym* dan *Very Important Person treatment (VIP)*.

Klasifikasi VIP Guest

Terdapat klasifikasi *Very Important Person (VIP)* di Swiss-Belhotel Solo antara lain:

- 1) VIP 1: owner, Swiss-Belhotel chairman and Swiss-Belhotel team, country leaders/head of state, ambassadors, president & vice president, minister, guest selected by the hotel management, national top military/police dan top political leader.
- 2) VIP 2: embassy leaders, governor, regional top military, famous celebrity, general manager Swiss-Bel family, apologize compliment, SBI repeat guests (25+ visit) dan guest selected by the hotel management.
- 3) VIP 3: honeymooners, staff rate, repeater guest, birthday guest, long staying guest, SBI repeat guests (15+ visit), guest selected by hotel management, SBEC guest dan occupant of suite room (*business suite*, *premiere suite* and *president suite*).
Sumber: Arsip Swiss-Belhotel Solo, 2022

Klasifikasi Fruit Basket

Terdapat beberapa karakteristik *Very Important Person treatment (VIP)* khusus *fruit basket* sebagai berikut:

swiss-belhotel Solo FRUIT AMENITIES		
Picture	Description	VIP
	Red Grape 130 Gr Kiwi 1 pcs/95 gr Banana Gold 5 pcs/312 gr Apel Washington 2 pcs/235 gr Pear 1 pcs/220 gr Salak 2 pcs/155 gr Jeruk Mandarin 2 pcs/340 gr Strawberry 2 pcs/15 gr	VIP1
	Red Grape 100 gr Jeruk Mandarin 2 pcs/340 gr Salak 2 pcs/155 gr Pear 1 pcs/220 gr Banana gold 5 pcs/312 gr Strawberry 2 pcs/15 gr Apel Washington 2 pcs/235 gr	VIP2
	Red Grape 100 gr Jeruk Mandarin 1 pcs/160 gr Apel Washington 1 pcs/117 gr Salak 1 pcs/80 gr	VIP3

GAMBAR 1. KLASIFIKASI FRUIT AMENITIES

(Sumber: Arsip Swiss-Belhotel Solo, 2022)

Pada gambar 1 menjelaskan klasifikasi *fruit amenities*. *VIP 1* terdapat *fruit basket* sesuai deskripsi dan terdapat *pudding* beserta *cake*. *Pudding* beserta *cake* tersebut diambil di *pastry kitchen*. *VIP 1* hanya diberikan pada tamu-tamu penting atau tamu-tamu tertentu. *VIP 2* hampir sama dengan *VIP 1* hanya terdapat perbedaan tidak ada kiwi, perbedaan berapa *pcs/gram* dan tidak terdapat *cake* maupun *pudding*. *VIP 3* merupakan klasifikasi *Very Important Person (VIP)* paling rendah yang biasanya lebih sering digunakan untuk tamu-tamu biasa yang menginap di tipe *suite* yaitu *business*

suite room, premier suite room, presidential suite room dan tamu *Swiss-belexecutive (SBEC) plusmembership*. *VIP 3* hanya terdapat *red grape*, jeruk mandarin, apel washington dan salak.

Pelayanan Guest Relation Officer (GRO) Dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu

Dalam pembahasan ini, penulis melakukan penelitian mengenai permasalahan yang sedang diteliti yaitu Kualitas Pelayanan *Guest Relation Officer (GRO)* dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu *Very Important Person (VIP)* di *Swiss-Belhotel Solo*. Agar dapat mengetahui dan mendeskripsikan permasalahan tersebut, maka peneliti melakukan observasi pada bagian *Guest Relation Officer (GRO)*, melakukan wawancara dengan Bapak Sriyanto selaku *Duty Manager* sesuai teknik *purposive sampling* serta dokumentasi berupa foto, dan *guest comment* sebagai penguat dari penelitian. Selain itu peneliti juga melakukan wawancara dengan sepuluh *Very Important Person guest (VIP)* menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memastikan kepuasan setelah berkunjung di *Swiss-Belhotel Solo*. Berikut lima variabel kualitas pelayanan *Guest Relation Officer (GRO)* guna untuk mendeskripsikan pelayanan yang diberikan kepada *Very Important Person guest (VIP)* yakni:

1. Tangible

Bapak Sriyanto menyatakan mengenai *Standard Operating Procedure (SOP)* pada *Guest Relation Officer (GRO)* lebih mengutamakan penampilan karena *first impression* untuk menyambut tamu *Very Important Person (VIP)*. Selain itu tugas utama *Guest Relation Officer (GRO)* yakni *prepare oshibori, welcome drink, VIP treatment* dan menyambut lalu mengantarkan ke kamar. Bapak Sriyanto memperkuat waktu *Guest Relation Officer (GRO)* mempersiapkan peralatan dan *Very Important Person (VIP)* yakni satu hari sebelumnya atau di pagi hari setelah mengetahui informasi dari *Front Office Manager/Person in Charge (PIC)/Sales Marketing*. Bapak Sriyanto menyatakan *feedback* dari tamu mencapai kepuasan karena diberikan *VIP treatment*.

Bapak Yudhianto terkait penampilan menyatakan puas karena penampilan sesuai *Standard Operating Procedure*

(*SOP*). Pendapat Ibu Putri seputar penampilan menyatakan puas karena rambut dan penampilan rapi.

Menurut Bapak Tony terkait penampilan menyatakan puas karena penampilan menggunakan jas hitam disertai *name tag*. Menurut Bapak Tanu sebagai *SBEC member* terkait penampilan puas karena rapi dan tidak memakai anting berlebihan. Menurut Bapak Ardian mengenai penampilan puas karena seragam sesuai tema. Menurut Ibu Lita terkait penampilan bahwa puas karena *uniform* rapi dan formal. Dari Ibu Ratna sebagai *repeater guest* menyatakan penampilan puas karena sesuai *Standard Operating Procedure (SOP)*. Menurut Bapak Roy terkait penampilan menyatakan puas karena terlihat formal. Bapak Dilan terkait penampilan menyatakan cukup puas karena rapi dan menarik. Menurut Ibu Nurdini terkait penampilan menyatakan puas karena terlihat bagus dan menarik.

2. Responsiveness

Bapak Sriyanto memperkuat mengenai persiapan *Very Important Person treatment (VIP)* di dalam kamar bahwa jika tamu *Very Important Person (VIP)* akan segera datang dan *Guest Relation Officer (GRO)* tidak dapat mempersiapkan dengan cepat, maka *Duty Manager* dan *Guest Relation Officer (GRO)* akan mengantarkan *welcome drink, oshibori* dan *VIP treatment* ke dalam kamar. Bapak Sriyanto memperkuat mengenai permintaan 24 jam bahwa *Guest Relation Officer (GRO)* harus melayani dengan baik dan saat melayani tamu saat waktu bersamaan, maka *Guest Relation Officer (GRO)* mempertimbangkan tamu yang meminta bantuan di awal. Mengenai ekspektasi daya tanggap *Guest Relation Officer (GRO)* terpenuhi karena daya tanggap terpenuhi karena *Guest Relation Officer (GRO)* dapat menyiapkan *welcome drink, oshibori, VIP treatment* dan melayani dengan baik.

Menurut Bapak Yudhianto mengenai daya tanggap *Guest Relation Officer (GRO)* bahwa cukup memuaskan dilayani dengan tanggap dan respon baik. Pendapat Ibu Putri mengenai daya tanggap memuaskan karena saat butuh taksi langsung dipesankan dengan cepat

dan baik. Ungkapan Bapak Tony seputar daya tanggap yakni memuaskan karena membutuhkan informasi, dilayani dengan baik dan cepat. Menurut Bapak Tanu mengenai daya tanggap *Guest Relation Officer (GRO)* dinyatakan kurang memuaskan karena meminta bantuan tidak terlayani dengan tuntas karena *Guest Relation Officer (GRO)* membantu tamu lain.

Menurut Bapak Ardian mengenai ketanggapan bahwa memuaskan karena *Guest Relation Officer (GRO)* memberikan pelayanan yang baik dan profesional. Tanggapan Ibu Lita mengenai daya tanggap bahwa memuaskan karena membutuhkan informasi apotek terdekat, *Guest Relation Officer (GRO)* menjawab dengan sigap. Respon Ibu Ratna terkait daya tanggap bahwa cukup memuaskan karena *Guest Relation Officer (GRO)* sigap melayani tanpa tamu meminta. Pendapat Bapak Roy mengenai daya tanggap menyatakan kurang memuaskan karena pelayanan lambat saat membutuhkan *bolpoin*. Pendapat Bapak Dilan mengenai ketanggapan bahwa cukup memuaskan karena saat membutuhkan *baby chair* dilayani *Guest Relation Officer (GRO)* dengan cepat dan sigap. Sedangkan menurut Ibu Nurdini seputar daya tanggap menyatakan cukup memuaskan karena pelayanan *Guest Relation Officer (GRO)* cepat.

3. *Emphaty*

Bapak Sriyanto memperkuat mengenai memberikan perhatian khusus kepada *Very Important Person guest (VIP)* seperti *Guest Relation Officer (GRO)* menyambut menteri dengan tarian tradisional, *oshibori* dan *welcome drink*. Menurut Bapak Sriyanto memperkuat terkait masalah pribadi *Guest Relation Officer (GRO)* bahwa *Guest Relation Officer (GRO)* harus dapat memilah masalah pribadi dan tidak boleh dibawa ke tempat kerja. Selain itu *Guest Relation Officer (GRO)* lebih mementingkan kepentingan tamu dari pada atasan. Pendapat dari Bapak Sriyanto memperkuat seputar pelayanan empati kepada *Guest Relation Officer (GRO)* kepada *Very Important Person guest (VIP)* bahwa mencapai kepuasan karena *Guest Relation*

Officer (GRO) telah menyambut, menyediakan *Very Important Person treatment (VIP)* dan menawarkan bantuan.

Menurut Bapak Yudhianto mengenai empati *Guest Relation Officer (GRO)* bahwa cukup memuaskan dengan sikap yang diberikan *Guest Relation Officer (GRO)*. Pendapat Ibu Putri seputar sikap empati *Guest Relation Officer (GRO)*, bahwa memuaskan karena terlihat *gesture* tubuh *Guest Relation Officer (GRO)* terlihat tulus dalam memberikan perhatian. Ungkapan dari Bapak Tony terkait empati *Guest Relation Officer (GRO)* menyatakan bahwa memuaskan karena diberikan kejutan *slice cake* untuk teman yang sedang ulang tahun. Dari Bapak Tanu mengenai sikap empati *Guest Relation Officer (GRO)*, bahwa memuaskan karena seluruh karyawan memberikan pelayanan yang baik saat membutuhkan bantuan. Menurut Bapak Ardian terkait sikap empati *Guest Relation Officer (GRO)*, bahwa memuaskan karena *Guest Relation Officer (GRO)* menawarkan bantuan tanpa tamu meminta bantuan.

Menurut Ibu Lita terkait empati *Guest Relation Officer (GRO)* menyatakan bahwa memuaskan karena *Guest Relation Officer (GRO)* menawarkan *baby chair*. Pendapat Ibu Ratna terkait sikap empati *Guest Relation Officer (GRO)* bahwa cukup memuaskan karena *Guest Relation Officer (GRO)* selalu menyapa dan saat *breakfast* selalu diberikan *complimentary*. Dari Bapak Roy terkait sikap empati *Guest Relation Officer (GRO)* bahwa cukup memuaskan karena disambut dengan baik dan ditawarkan *welcome drink*. Menurut Bapak Dilan terkait empati mengungkapkan bahwa memuaskan karena *Guest Relation Officer (GRO)* selalu menawarkan bantuan. Menurut Ibu Nurdini terkait empati *Guest Relation Officer (GRO)* menyatakan cukup memuaskan karena setelah kejatuhan tirai besi, *Guest Relation Officer (GRO)* menanyakan kondisi dan mengganti kamar yang lebih baik.

4. *Assurance*

Bapak Sriyanto memperkuat mengenai keamanan transaksi menyatakan bahwa khusus *Very Important Person guest (VIP)* dapat melakukan transaksi seperti *check-in* atau

daftar *Swiss-belexecutive (SBEC) member* di *counter Guest Relation Officer (GRO)* agar tidak mengganggu tamu lain. Terkait keamanan barang berharga diperkuat Bapak Sriyanto bahwa barang berharga disimpan di brankas *deposit box* dan yang hanya mengetahui pin yaitu *Front Office Manager* dan *Duty Manager*. Dari pendapat Bapak Sriyanto mengenai jaminan yang disediakan *Guest Relation Officer (GRO)* bahwa *Guest Relation Officer (GRO)* dapat menyambut dengan *oshibori*, *welcome drink*, registrasi kamar, mengantarkan ke kamar dan kamar tersedia *VIP treatment* serta sesuai permintaan tamu.

Menurut Bapak Yudhianto terkait *assurance* bahwa puas karena *Guest Relation Officer (GRO)* selalu sopan, ramah dan kamar sesuai sosial media. Pendapat Ibu Putri terkait *assurance* bahwa memuaskan karena deposit yang dikeluarkan sesuai dengan pelayanan dan fasilitas yang dinikmati. Bapak Tony terkait *assurance* bahwa kurang memuaskan karena terlalu lama menunggu kamar *ready*. Menurut Bapak Tanu mengenai *assurance* bahwa memuaskan karena selalu mendapat kamar dan disediakan *VIP treatment* di dalam kamar. Menurut Bapak Ardian berhubungan jaminan bahwa cukup memuaskan karena saat bertanya selalu mendapatkan informasi yang detail. Dari Ibu Lita terkait jaminan bahwa memuaskan karena menggunakan *Swiss-belexecutive (SBEC) member* selalu mendapatkan diskon kamar dan keuntungan yang banyak. Dari Ibu Ratna sebagai *repeater guest* terkait *assurance* bahwa memuaskan karena transaksi langsung masuk ke nomor rekening hotel dan pelayanan *Guest Relation Officer (GRO)* selalu sopan, selalu menyapa, murah senyum dan ramah. Menurut Bapak Roy terkait jaminan bahwa kurang memuaskan karena pelayanan *guest Relation Officer (GRO)* lama saat hotel ramai. Pendapat Bapak Dilan mengenai jaminan bahwa memuaskan karena *Guest Relation Officer (GRO)* selalu menawarkan bantuan. Menurut Ibu Nurdini terkait *assurance* bahwa memuaskan karena selalu disambut *Guest Relation Officer (GRO)* dengan baik dan

kamar selalu terdapat *flossroll*.

5. **Reliability**

Menurut Bapak Sriyanto seputar pelayanan yang dijanjikan memperkuat bahwa *Guest Relation Officer (GRO)* memberikan *welcome drink*, *VIP treatment* dan *Very Important Person guest (VIP)* mendapatkan pelayanan langsung dengan *Guest Relation Officer (GRO)* agar tamu merasa diutamakan. Dari Bapak Sriyanto terkait *product knowledge* dan cara melayani *Very Important Person guest (VIP)* bahwa *Guest Relation Officer (GRO)* paham tentang *product knowledge* dan pelayanan menangani *Very Important Person guest (VIP)*. Menurut Bapak Sriyanto seputar pelatihan yang diberikan kepada *Guest Relation Officer (GRO)* terkait pelayanan keluhan tamu *VIP* diperkuat bahwa khusus *Guest Relation Officer (GRO)* seminggu sekali melakukan *briefing* dengan *Front Office Manager* dan *Duty Manager* terkait pelayanan *Very Important Person (VIP)* sehingga agar seluruh tamu terlayani dengan maksimal.

Menurut Bapak Yudhianto mengenai *reliability* bahwa cukup memuaskan karena saat butuh informasi, *Guest Relation Officer (GRO)* menjelaskan dengan detail. Pendapat Ibu Putri terkait keandalan *Guest Relation Officer (GRO)* bahwa cukup memuaskan karena terlihat handal menangani *Very Important Person (VIP)*, sopan dan cara komunikasi yang baik. Menurut Bapak Tony terkait *reliability* bahwa cukup memuaskan karena pelayanannya baik. Menurut Bapak Tanu sebagai *Swiss-belexecutive (SBEC) member* terkait keandalan bahwa cukup memuaskan *Guest Relation Officer (GRO)* memiliki respon cepat saat melayani. Menurut Bapak Ardian mengenai keandalan bahwa sangat memuaskan karena *Guest Relation Officer (GRO)* menajalankan tugas dan tanggung jawab sesuai *Standard Operating Procedure (SOP)*. Tanggapan Ibu Lita terkait keandalan menyatakan puas karena *Guest Relation Officer (GRO)* ramah dan murah senyum. Menurut Ibu Ratna sebagai *repeater guest* terkait keandalan mengungkapkan memuaskan karena etika komunikasi *Guest Relation Officer (GRO)* yang lancar dan baik sesuai standar karyawan hotel.

Menurut Bapak Roy tentang keandalan bahwa kurang memuaskan karena pelayanan *Guest Relation Officer (GRO)* sedikit lama, maka sebaiknya *Guest Relation Officer (GRO)* dapat memilah waktu dengan tepat. Menurut Bapak Dilan terkait keandalan bahwa memuaskan karena *Guest Relation Officer (GRO)* memiliki pengalaman yang tinggi saat melayani. Menurut Ibu Nurdini terkait keandalan bahwa memuaskan karena pelayanan *Guest Relation Officer (GRO)* cepat.

Pelayanan Yang Dirasakan *Very Important Person Guest (VIP)*

Menurut Bapak Yudhianto yang dirasakan bahwa memuaskan karena pelayanan yang baik dan keamanan di dalam kamar terjaga dengan rapi. Dari menurut Ibu Putri yang dirasakan yakni kurang memuaskan karena pelayanan lama saat hotel ramai. Pendapat Bapak Tony yang dirasakan bahwa memuaskan karena keramahan *Guest Relation Officer (GRO)*. Ungkapan Bapak tanu yang dirasakan yakni memuaskan karena pelayanan *Guest Relation Officer (GRO)* cepat dan tercipta keamanan. Menurut Bapak Ardian yang dirasakan yaitu memuaskan karena *Guest Relation Officer (GRO)* memberikan pelayanan yang maksimal.

Pendapat Ibu Lita sebagai *Swiss-belexecutive (SBEC) member* menyatakan cukup memuaskan karena *Guest Relation Officer (GRO)* selalu menyapa, murah senyum dan ramah. Pendapat Ibu Ratna sebagai *repeater guest* menyatakan memuaskan karena *Guest Relation Officer (GRO)* selalu menyapa dan ramah. Menurut ungkapan Bapak Roy yang dirasakan yaitu sedikit kecewa karena pelayanan *Guest Relation Officer (GRO)* yang lambat. Namun untuk fasilitas lengkap dan modern. Menurut Bapak Dilan yang dirasakan bahwa merasa nyaman karena *Guest Relation Officer (GRO)* selalu menawarkan bantuan. Pendapat Ibu Nurdini yang dirasakan bahwa cukup memuaskan karena tidak hanya *Guest Relation Officer (GRO)*, namun seluruh karyawan melayani dengan baik.

Pelayanan atau *Standard Operating Procedure (SOP)* yang Perlu Diperbaiki

Pendapat Bapak Yudhianto memberikan saran bahwa sebaiknya *Guest*

Relation Officer (GRO) memberikan informasi yang jelas dan detail. Menurut komentar saran dari Ibu Putri yakni menambah karyawan salah satunya *Guest Relation Officer (GRO)* agar pelayanan cepat saat *high season*. Menurut Bapak Tony yang perlu diperbaiki yakni lebih ditingkatkan etikan komunikasi mulai dari cara berbicara dan *gesture* tubuh. Menurut Bapak Tanu memberi masukan bahwa sebaiknya seluruh *Very Important Person (VIP)* disediakan *VIP treatment* dan tidak membedakan tamu.

Pendapat Bapak Ardian bahwa selalu disambut dan terlayani oleh *Guest Relation Officer (GRO)* sesuai *Standard Operating Procedure (SOP)*, maka tidak terdapat saran. Ungkapan Ibu Lita memberikan saran bahwa lebih ditingkatkan mengenai *welcome card* setiap *Very Important Person (VIP)* disediakan.

Menurut Ibu Ratna memberi masukan bahwa saat hotel ramai lebih memperhatikan tamu, murah senyum, melayani dengan maksimal dan menawarkan bantuan. Pendapat Bapak Roy yang perlu diperbaiki yakni *Guest Relation Officer (GRO)* dapat membagi waktu saat melayani dan menambah karyawan khususnya *Guest Relation Officer (GRO)*. Menurut Bapak Dilan memberikan masukan bahwa menambah karyawan atau *casual* saat *high season*. Ungkapan Ibu Nurdini memberikan saran bahwa lebih teliti saat membuat *welcome card*.

Guest Comment

- 1) Berdasarkan *guest comment* dari Bapak Hartanto yakni pelayanan registrasi kamar cepat dan disambut Ibu Putri selaku *Front Office Manager* dengan ramah. Dapat menikmati *welcome drink* sesuai *request*.
- 2) Berdasarkan *guest comment* dari Bapak Eko bahwa disambut *Guest Relation Officer (GRO)* dan ditawarkan *welcome drink*. Di dalam kamar disediakan *VIP treatment* berupa *slice cake* dan *pudding*. Saat *breakfast* terdapat varian menu dan tersedia *activity kids*.
- 3) Dari *guest comment* Ibu Nining bahwa saat registrasi kamar dilayani oleh amel selaku *Guest Relation Officer (GRO) trainer*. Terdapat menu makanan siang yang bervariasi serta terdapat banyak promo.

- 4) Dari *guest comment* Ibu Nuri menjelaskan bahwa saat tiba disambut oleh *Guest Relation Officer (GRO)* dan sewaktu *breakfast*, rasa masakan selalu enak dan diberikan *complimentary* oleh *Chef*.
- 5) *Guest comment* dari Bapak Siswanto selama menginap selalu terdapat *VIP treatment* dan didukung *view* yang indah serta karyawan yang ramah.
- 6) *Guest comment* dari Bapak Dandy menyatakan bahwa di kamar sesuai *request* dengan tema *honeymoon*.
- 7) Berdasarkan TripAdvisor dari Bapak Dery mengungkapkan Swiss-Belhotel Solo merupakan hotel mewah, modern, harga standar, bersih dan fasilitas lengkap. Saat tiba di hotel disambut *welcome drink* di *kapulaga lounge* dan *breakfast* yang enak serta bervariasi.
- 8) Berdasarkan Traveloka dari Ibu Lailas menyatakan karyawan ramah, fasilitas lengkap dan bersih. Untuk masakan enak salah satunya mie ayam dan kamar sesuai *request* terdapat *slice cake*.

Pembahasan

1) *Tangible*

Hasil penelitian dan pembahasan terkait *tangible* dilakukan wawancara dengan responden Bapak Sriyanto menjelaskan bahwa *Standard Operating Procedure (SOP)* pada *Guest Relation Officer (GRO)* mulai dari *grooming*, menyambut *Very Important Person guest (VIP)*, *welcome drink*, *oshibori*, mengantarkan ke kamar serta menyediakan *VIP treatment* telah dijalankan *Guest Relation Officer (GRO)* dengan baik. Hasil penelitian dan pembahasan terkait *tangible* dilakukan wawancara dengan responden sepuluh *Very Important Person guest (VIP)* terdiri menyatakan puas karena penampilan *Guest Relation Officer (GRO)* rapi bersih dan profesional sesuai *Standard Operating Procedure (SOP)* di Swiss-Belhotel Solo.

2) *Responsiveness*

Hasil penelitian dan pembahasan daya tanggap *Guest Relation Officer (GRO)* dilakukan wawancara dengan responden Bapak Sriyanto menyatakan bahwa *GRO* memiliki daya tanggap yang cukup baik karena dapat *Guest Relation*

Officer (GRO) dapat melayani tamu *incognito* sesuai permintaan dan *Guest Relation Officer (GRO)* dapat memilah waktu saat melayani tamu bersamaan. Sehingga *Guest Relation Officer (GRO)* memiliki daya tanggap yang baik saat menjalankan operasional kerja sesuai keinginan tamu.

Hasil penelitian dan pembahasan terkait daya tanggap dari responden delapan *Very Important Person guest (VIP)* terdiri menghasilkan kepuasan karena telah tercapai kecepatan, sigap dan terlayani dengan baik. Namun dari dua responden berpendapat kurang memuaskan karena pelayanan yang lambat dan tidak terselesaikan dengan baik.

3) *Emphaty*

Hasil penelitian dan pembahasan terkait empati *Guest Relation Officer (GRO)* yang dilakukan wawancara dengan responden Bapak Sriyanto menyatakan cukup baik karena *Guest Relation Officer (GRO)* dapat memberikan perhatian khusus berupa tarian tradisional, *welcome drink*, *oshibori*, mengutamakan kepentingan tamu dan komunikasi yang baik dengan cara kebiasaan atau *hobby* tamu.

Hasil penelitian dan pembahasan terkait sikap empati kepada *Very Important Person guest (VIP)* dilakukan wawancara langsung dengan sepuluh responden *Very Important Person guest (VIP)* menghasilkan kepuasan karena *Guest Relation Officer (GRO)* telah memberikan perhatian tulus dan menawarkan bantuan kepada tamu *VIP*.

4) *Assurance*

Hasil penelitian dan pembahasan terkait jaminan melalui wawancara dengan responden Bapak Sriyanto mengungkapkan *Guest Relation Officer (GRO)* dapat memberikan keamanan melakukan transaksi karena terdapat *counter* khusus *Very Important Person guest (VIP)*. *Guest Relation Officer (GRO)* dapat menimbulkan kepercayaan dengan memberikan jaminan penitipan barang berharga disimpan di brankas *deposit box*. *Guest Relation Officer (GRO)* memiliki sikap sopan saat bertemu maupun melayani. Sehingga *Guest Relation Officer*

(GRO) dapat membangun relasi yang baik dengan *Very Important Person guest (VIP)*.

Hasil penelitian dan pembahasan terkait jaminan yang dilakukan wawancara dari delapan responden tamu *VIP* mengungkapkan kepuasan karena *Guest Relation Officer (GRO)* menciptakan keamanan transaksi di *counter* tanpa terganggu tamu lain, memenuhi kepercayaan *Very Important Person guest (VIP)* dengan menyediakan *VIP treatment* dan memiliki sikap sopan saat melayani. Sedangkan dua responden *Very Important Person (VIP)* menyatakan kurang memuaskan karena tidak segera mendapatkan kamar dan pelayanan *Guest Relation Officer (GRO)* yang lambat. Sehingga jaminan menghasilkan kepuasan karena melingkup keamanan, kepercayaan, kesopanan disertai wawancara *Guest Relation Officer (GRO)*.

5) **Reliability**

Hasil dan pembahasan terkait keandalan *Guest Relation Officer (GRO)* yang dilakukan wawancara dengan responden Bapak Sriyanto memperkuat bahwa keandalan yang dimiliki *Guest Relation Officer (GRO)* selama operasional kerja dapat mewujudkan pelayanan yang dijanjikan melalui memenuhi permintaan *Very Important Person guest (VIP)*. *Guest Relation Officer (GRO)* juga menguasai *product knowledge*, maka saat tamu menanyakan dapat menjelaskan secara detail. *Guest Relation Officer (GRO)* tidak kesulitan menangani komplain terkait *VIP treatment*. Namun jika terdapat komplain, *Guest Relation Officer (GRO)* melayani dengan ramah, *apologize* dan memberikan *complimentary*.

Hasil penelitian dan pembahasan mengenai *reliability* yang dilakukan wawancara dengan sembilan responden mengungkapkan kepuasan karena pelayanan sesuai yang dijanjikan berupa keramahan, sopan dan tugas serta tanggung jawab sesuai *Standard Operating Procedure (SOP)*. Sedangkan responden satu *Very Important Person guest (VIP)* merasa kurang puas karena pelayanan yang lambat. Sehingga *reliability* menghasilkan kepuasan karena lebih banyak tamu yang berpendapat positif.

Pelayanan yang Dirasakan *Very Important Person Guest (VIP)*

Hasil penelitian dan pembahasan dari delapan responden *Very Important Person guest (VIP)* yang dirasakan memuaskan karena pelayanan yang diberikan *Guest Relation Officer (GRO)* sudah maksimal. Sedangkan dua responden tamu menyatakan kecewa karena pelayanan yang tidak sesuai harapan. Sehingga lebih dominan delapan *Very Important Person guest (VIP)* karena lebih banyak memberikan komentar positif karena pelayanan *Guest Relation Officer (GRO)* menciptakan kesopanan, keramahan, tanggap dan murah senyum.

Pelayanan atau *Standard Operating Procedure (SOP)* yang Perlu Diperbaiki

Hasil penelitian yang dilakukan wawancara dengan sepuluh responden *Very Important Person guest (VIP)* lebih dominan memberikan saran bahwa mulai dari menyambut tamu sampai di dalam kamar disediakan *welcome card* dan *VIP treatment* dengan tidak membedakan tamu. Selain itu lebih teliti dalam memberikan informasi maupun membuat *welcome card*. Hal yang perlu diperhatikan saat *high season*, sebaiknya menambah karyawan di bagian *Guest Relation Officer (GRO)* agar pelayanan dapat berjalan dengan maksimal.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

- 1) *Tangible* memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan kepuasan *Very Important Person guest (VIP)*. Timbul positif karena penampilan *Guest Relation Officer (GRO)*.
- 2) *Responsiveness* memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan kepuasan *Very Important Person guest (VIP)*. Lebih dominan kepuasan karena pelayanan *Guest Relation Officer (GRO)* cepat.
- 3) Empati mempengaruhi positif dalam meningkatkan kepuasan *Very Important Person guest (VIP)*. Timbul positif karena pelayanan *Guest Relation Officer (GRO)* yang lebih dominan perhatian tulus.
- 4) Jaminan memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan kepuasan *Very Important Person guest (VIP)*. Timbul positif karena

Guest Relation Officer (GRO) menanamkan rasa percaya.

- 5) Keandalan memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan kepuasan *Very Important Person guest (VIP)*. Timbul positif karena pelayanan sesuai yang dijanjikan berupa *Guest Relation Officer (GRO)* melayani dengan ramah.

b. Saran

- 1) Saat *high season*, maka *Guest Relation Officer (GRO)* tetap memperhatikan tamu dan sikap tanggap yang cepat agar setiap tamu *VIP* terlayani dengan maksimal.
- 2) Menambah karyawan di bagian *Guest Relation Officer (GRO)* saat *high season*. Agar tugas dan tanggung jawab sebagai *Guest Relation Officer (GRO)* berjalan dengan lancar.
- 3) Peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya lebih mendalam dari lima variabel kualitas pelayanan dan menggunakan beberapa hotel berbintang empat di Kota Solo sebagai perbandingan agar hasil penelitian lebih detail.

6. REFERENSI

- Adabi, N. 2020, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Witel Telkom Depok, *Jurnal Manajemen*, Vol 12 Nomor 1 e-ISSN: 2528-1518
- Ahyar dkk, 2020. Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta
- Akmul, A. 2019, Analisis Kualitas Pelayanan pada Objek Wisata Rumat Adat Atakkae Kecamatan Tempe Kabupaten Wajo, *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Bisnis*, Vol 1 Nomor 1 ISSN: 2868-3294
- Homann, *Jurnal Kajian Pariwisata*, Vol 02 Nomor 02 e-ISSN: 2686-2522
- Insani, YD, Setiyariski, R. 2020, Meningkatkan Kualitas Pelayanan Concierge pada Hotel Savoy, Wahana Ekonomika, Vol 17 Nomor 4 ISSN 1693-4091
- Kasinem, K, 2020. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media*
- Kotler, P dan Keller, KL, 2012. *Marketing Management (14th)*. England: Pearson
- Kusdiana Sari, L, Akiriningsih, T, dan Yudi Nugroho, B. 2021, Pengaruh Strategi Service Center dalam Penanganan Komplain terhadap Kepuasan Tamu Pada Resinda Hotel Karawang, *Jurnal Pariwisata Indonesia*, Vol 17 Nomor 1 ISSN: 1907-2457 e-ISSN: 2581-2688
- Maulidiah, YF, Muchsin, S, Abidin, AZ. 2019, Pengembangan Kapasitas Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik, *Jurnal Respon Publik*, Vol 13 Nomor 04 ISSN 2302-8432
- Pratiwi, NWA, Solikhin, A, Ermawati, KC. 2020, Efektivitas Program Training terhadap Tingkat Kualitas Kerja Karyawan di Departemen Front Office Hotel Grand Dafam Rohan Jogjakarta, *Jurnal Pariwisata Indonesia*, Vol 15 Nomor 02 e-ISSN: 2581-2688
- Ritonga, HM, Pane, DN, Rahmah, CA. 2020, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Emosional terhadap Kepuasan Pelanggan pada Honda IDK 2 Medan, *Jurnal Manajemen Tools*, Vol 12 Nomor 2 ISSN: 2088-3145
- Sambodo, A, 2020. Kantor Depan Hotel Operasional dan Keterampilan Sosial. Makassar: CV. Nas Media Pustaka
- Sekaran, U, 2017. Metode Penelitian Bisnis (6thed). Jakarta Selatan: Salemba Empat
- Sihite, R. 2000. Front Office (Kantor Depan). Surabaya: SIC
- Sihite, R. 2000. Hotel Management (Pengelolaan Hotel). Surabaya: SIC

Sudirman, R, Salfadri, S, Firdaus, TR. 2020, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan d'Dhave Hotel Purus Padang, Jurnal Matua, Vol 4 Nomor 1 e-ISSN: 2656-8322

Wulansari, N, Meirinawati, M. 2022, Kualitas Pelayanan Pengiriman Pos Kilat Khusus di PT. Pos Indonesia Kebonrojo Surabaya, Jurnal Ilmu Administrasi Negara (Publika), Vol 10 Nomor 2 DOI: <https://doi.org/10.26740/publika.v10n3>

Website:

www.swiss-belhotel.com (2020). Swiss-Belhotel Solo. Diakses 16 Agustus 2022 Pukul 21.51, dari <https://www.swiss-belhotel.com/id-id/swiss-belhotel-solo/rooms>