
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN RESEPSIONIS TERHADAP KEPUASAN
TAMU PADA HOTEL SIBAYAK INTERNASIONAL BERASTAGI**

Oleh :

Olga Theolina Sitorus, SE., M.Si

*) Staff Pengajar pada Program Studi Perhotelan Politeknik Mandiri Bina Prestasi

olga_sitorus@yahoo.com olgateolina@gmail.com olga_theo@prestasi.ac.id

Abstract

Currently the tourism industry is experiencing a very rapid development. The hotel includes business ventures in the tourism sector that emphasize the sale of services for the satisfaction of its customers. Based on the results of the analysis of the effects of service quality on guest satisfaction it can be included that the results of the calculation of the "product moment" correlation obtained r value of 0,499 this indicates that the correlation index is quite strong between service quality and guest satisfaction, meaning that service quality affects guest satisfaction. Based on the calculation of the determinant coefficient t count compared to t table of 5,18 while t table value of 1,66412 means the value of t account > t table value then H_0 is rejected with H_1 accepted means that the quality of service has a significant effect on guest satisfaction. Based on the results of the determinant calculation obtained a determinant value of 25 % and this shows that as much as 25 % of the quality of service affects guest satisfaction. While the rest is as much as 75 % which means that other factors influence guest satisfaction.

Keyword : service quality, customer satisfaction

1. Pendahuluan

Kebutuhan akan wisata telah menjadi wabah yang mendunia. Demikian pula yang dialami di Indonesia. Saat ini kepariwisataan di negara kita telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini dibuktikan dengan berkembangnya jumlah akomodasi, transportasi, tempat penukaran mata uang asing, atraksi wisata, cinderamata dan biro perjalanan serta membuat undang-undang tentang pariwisata dan mendukungnya sebagai sektor yang ditangani secara profesional dalam skala departemen. Perkembangan bisnis saat ini juga dipengaruhi oleh pola pikir pelanggan yang dinamis, setiap pelanggan lebih selektif dalam pemilihan kualitas jasa yang ditawarkan oleh pelaku bisnis. Pariwisata telah menjadi salah satu industri yang berdampak besar terhadap perekonomian di Sumatera Utara, baik industri yang berkapasitas besar maupun kecil. Salah satu fasilitas yang paling berpengaruh dan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan dalam dunia pariwisata adalah perhotelan. Hotel termasuk usaha bisnis yang menekankan pada penjualan jasa. Hotel dapat diartikan sebagai sebuah atau seluruh bangunan, perusahaan atau usaha yang menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta fasilitas lainnya. Hotel merupakan bagian integral dari usaha pariwisata yang menurut keputusan Menparpostel disebutkan sebagai usaha akomodasi yang dikomersialkan dengan menyediakan fasilitas-fasilitas yaitu, kamar tidur atau kamar tamu, makanan dan minuman, pelayanan-pelayanan penunjang lain seperti : fasilitas olah raga, fasilitas laundry dan fasilitas lainnya.

Hotel juga merupakan salah satu sektor yang menjadi andalan di Sumatera Utara. Berastagi merupakan salah satu daerah yang terletak di dataran tinggi Sumatera Utara dan merupakan salah satu daerah yang menjadi tujuan wisatawan untuk berlibur dan untuk melakukan pertemuan MICE (*Meeting, Incentive, Conference, Exhibition*), yang dilakukan oleh wisatawan *domestic* maupun wisatawan mancanegara. Hal ini menyebabkan tingkat kunjungan wisatawan *domestic* maupun mancanegara di Berastagi selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Meskipun sebelumnya sempat terjadi penurunan tingkat

kunjungan dikarenakan bencana alam. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pembangunan hotel di daerah Berastagi, dan hal ini menjadi pertanda semakin ketatnya persaingan di industri perhotelan. Pengusaha hotel dituntut untuk berlomba-lomba dalam menarik minat konsumen untuk menginap di hotel mereka. Sehingga banyak cara yang dilakukan dalam menarik minat konsumen yang diantaranya dilakukan dengan upaya promosi, diskon, serta meningkatkan kualitas pelayanan pada saat konsumen berada di hotel.

Pada saat peneliti melakukan penelitian pada kantor depan di Hotel Sibayak Internasional Berastagi, peneliti menemukan secara langsung beberapa masalah yang ditimbulkan baik dari resepsionis itu sendiri maupun kendala-kendala yang ada pada kantor depan seperti penggunaan sistem komputer dan segala peralatan seperti *reservation rack*, *key rack*, dan sebagainya yang digunakan dalam operasional masih manual, sehingga memperlambat sistem operasional kerja pada kantor depan. Dan dari petugas kantor depan itu sendiri tidak menggunakan komunikasi yang baik terhadap tamu, kurangnya *product knowledge*, dapat juga dikatakan bahwa resepsionis tidak menguasai informasi tentang tempat wisata di sekitar hotel tersebut, dan kurangnya pengetahuan dalam berbahasa Inggris.

Resepsionis juga kerap sekali membuat tamu menunggu terlalu lama, karena kurang tanggapnya resepsionis terhadap tamu, yang mengakibatkan menurunnya kualitas pelayanan terhadap tamu pada saat berada di hotel tersebut. Mengingat pentingnya kualitas pelayanan demi meningkatkan kepuasan tamu, penulis tertarik membuat karya ilmiah dengan mengangkat judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Resepsionis Terhadap Kepuasan Tamu Pada Hotel Sibayak Internasional Berastagi”**.

1.2 Perumusan Masalah

- a. Bagaimana kualitas pelayanan resepsionis pada Hotel Sibayak Internasional Berastagi?
- b. Bagaimana kepuasan tamu yang menginap pada Hotel Sibayak Internasional Berastagi ?
- c. Bagaimana kualitas pelayanan resepsionis berpengaruh terhadap kepuasan tamu yang menginap pada Hotel Sibayak Internasional Berastagi?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan resepsionis pada hotel Sibayak Internasional Berastagi.
- b. Untuk mengetahui kepuasan tamu yang menginap pada Hotel Sibayak Internasional Berastagi.
- c. Untuk mengetahui kualitas pelayanan resepsionis berpengaruh terhadap kepuasan tamu yang menginap pada Hotel Sibayak Internasional

2. Uraian Teoritis

2.1 Kualitas Pelayanan

Menurut Sugiarto (Prasastono dan Pradapa, 2012:15) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

Kualitas disebut baik jika penyedia jasa memberikan pelayanan yang setara dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Sedangkan pengertian kualitas menurut Heizer dan Render (Prasastono dan Pradapa, 2012:15) mendefinisikan kualitas sebagai kemampuan produk atau

jasa memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas merupakan upaya dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan tamu atau pelanggan.

Definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian kualitas adalah totalitas dari karakter suatu produk baik itu barang maupun jasa yang menunjang kemampuan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas sendiri dimulai dari kebutuhan tamu atau pelanggan dan berakhir pada persepsi tamu atau pelanggan. Hal ini berarti, bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi tamu atau pelanggan.

2.2 Kepuasan Pelanggan

Howard dan Sheth (Tjiptono, 2014:353) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadan atau ketidaksepadan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Swan (Tjiptono, 2014:353) juga mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relative bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan atau pemakaiannya.

Determinan kepuasan adalah faktor atau hal-hal yang menentukan kepuasan baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini dapat terlihat dari berbagai penelitian terdahulu tentang pemasaran pariwisata. Faktor-faktor yang menentukan kepuasan dalam pemasaran pariwisata sangat bervariasi, tergantung pada objek dan kegiatan wisata yang ingin diteliti. Churchill dan Surprenant (Tjiptono, 2014:353) berpendapat tentang determinan dari kepuasan pelanggan adalah faktor-faktor yang menentukan kepuasan pelanggan. Determinan ini antara lain *perceived expectations*, *perceived performance*, dan *disconfirmation*. Pendekatan yang dianut adalah paradigma diskonfirmasi yakni *perceived expectations* dan *perceived performance*, menentukan kepuasan secara langsung, jadi faktor *disconfirmation* mempengaruhi kepuasan melalui perbedaan antara *perceived expectation* dengan *perceived performance*. Penelitian ini diterapkan terhadap barang yang tahan lama dan barang yang tidak tahan lama, hasilnya ditemukan bahwa ketiga cara penghitungan kepuasan tersebut berbeda pada kedua barang tersebut. Untuk barang yang tidak tahan lama, menerima hipotesis yang dibuat, sedang Sedangkan menurut Kotler (Tjiptono, 2005:366-367) terdapat empat metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, sebagai berikut :

1. Sistem Keluhan dan Saran, Setiap perusahaan jasa yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat dan bahkan keluhan-keluhannya. Media yang digunakan biasanya berupa kotak saran yang ditempatkan ditempat yang strategis (mudah diakses oleh pelanggan), kartu komentar, saluran telepon bebas pulsa dan lain sebagainya.
2. *Ghost Shopping*
Menurut metode ini, kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa *ghost shopper* untuk berperan sebagai pelanggan jasa perusahaan dan pesaing. Dalam hal ini, beberapa *ghost shopper* tersebut diminta untuk menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan dengan pengalaman mereka dalam membeli produk-produk tersebut.
3. *Lost Customer Analysis*
Dalam metode ini, perusahaan menghubungi secara langsung para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok dengan harapan, perusahaan dapat mengetahui penyebab pelanggan tersebut memilih berhenti dan beralih ke

pemasok lainnya. Metode ini sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Metode ini biasanya menggunakan penelitiannya seperti survey secara langsung baik itu melalui via telepon, email maupun wawancara langsung. Dengan metode ini, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Kepuasan akan terjadi apabila perusahaan mampu menyediakan produk, pelayanan, harga dan aspek lain sesuai dengan harapan atau melebihi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. an untuk barang yang tahan lama menolak hipotesis.

3. Jenis, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, data kualitatif dan kuantitatif menurut Muhajir (1996). Berdasarkan sumbernya, data penelitian dapat dikelompokkan dalam dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data, dengan metode wawancara, observasi, kuesioner dan studi kepustakaan.

H_0 = Pelayanan tidak berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Sibayak Internasional Berastagi

H_1 = Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Sibayak Internasional Berastagi

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Analisis Kualitas Pelayanan Resepsionis Pada Hotel Sibayak Internasional Berastagi

Dalam penelitian yang dilakukan penulis di Kantor Depan di Hotel Sibayak Internasional, penulis mengajukan pertanyaan dalam bentuk angket kepada tamu sebanyak 83 orang responden. Untuk menentukan jumlah tamu (sampel) yang akan diajukan angket tersebut, penulis menggunakan metode Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{450}{450 \cdot (0.10)^2 + 1}$$

$$n = 81.81 = 82$$

Hasil perhitungan metode Slovin diperoleh jumlah pelanggan yang dijadikan sampel penelitian sebanyak 82 tamu. Untuk mengetahui seberapa tamu yang memilih dari sepuluh item angket kualitas pelayanan yang ada, dapat dilihat di bawah ini :

Tabel 4.6 Tanggapan Tamu Terhadap Angket Kualitas Pelayanan

No	Indikator Tamu	SSS	%	SS	%	S	%	KS	%	TS	%
1.	Kemampuan <i>staff</i> sangat baik	10	12,1	19	23,1	27	32,9	22	26,8	4	4,8
2.	Peralatan yang digunakan lengkap	9	10,9	19	23,1	26	31,7	26	31,7	2	2,4
3.	Pelayanan yang diberikan cepat	1	1,2	2	2,4	26	31,7	32	39,0	21	25,6
4.	Pelayanan yang diberikan tepat	-	-	4	4,8	25	30,4	36	43,9	17	20,7
5.	<i>Staff</i> memberikan respon dengan cepat	9	10,9	21	25,6	32	39,0	19	23,1	1	1,2
6.	Penampilan <i>taff</i> sangat baik	16	19,5	25	30,4	24	29,2	17	20,7	-	-

7.	Kemampuan komunikasi <i>staff</i> sangat baik	16	19,5	26	31,7	24	29,2	14	17,0	2	2,4
8.	<i>Staff</i> menanggapi keluhan dengan baik	17	20,7	19	23,1	24	29,2	21	25,6	1	1,2
9.	Hotel memberikan keamanan yang baik selama menginap	22	26,8	20	24,3	29	35,3	10	12,1	1	1,2
10.	<i>Staff</i> berlaku sopan dan santun.	16	19,5	30	36,5	26	31,7	10	12,1	-	-
	TOTAL	116	14,9	185	23,7	238	30,5	207	26,6	32	4,1

Sumber : Hasil Olahan Data (2018)

4.2 Analisis Kepuasan Tamu Pada Hotel Sibayak Internasional Berastagi

Untuk mengetahui seberapa tamu yang memilih dari sepuluh item angket kepuasan tamu yang ada, dapat dilihat dibawah ini :

Tabel 4.8 Tanggapan Tamu Terhadap Angket Kepuasan Tamu.

No	Indikator Tamu	SSS	%	SS	%	S	%	KS	%	TS	%
1.	Terpenuhi keluhan atau keinginan tamu	7	8,5	22	26,8	29	35,3	24	29,2	-	-
2.	Puas dengan penampilan <i>staff</i>	4	4,8	13	15,8	33	40,2	32	39	-	-
3.	Puas dengan fasilitas yang ada	12	14,6	16	19,5	31	37,8	23	28	-	-
4.	Puas dengan kemampuan komunikasi <i>staff</i>	7	8,5	17	20,7	36	43,9	22	26,8	-	-
5.	Puas dengan kecepatan <i>staff</i>	5	6	20	24,3	36	43,9	21	25,6	-	-
6.	Puas dengan ketepatan pelayanan <i>staff</i>	4	4,8	20	24,3	33	40,2	24	29,2	-	-
7.	Puas dengan peralatan yang disediakan	3	3,6	14	17	37	45,1	28	34,1	-	-
8.	Puas dengan kenyamanan	6	7,3	21	25,6	29	35,3	26	31,7	-	-
9.	Puas dengan respon pelayanan	4	4,8	11	13,4	37	45,1	30	36,5	-	-
10.	Puas dengan keterampilan pelayanan	6	7,3	27	32,9	27	32,9	22	26,8	-	-
	TOTAL	58	7	181	22,1	328	40	252	30,7	0	0

Sumber : hasil olahan data (2018)

Berdasarkan data olahan tersebut dapat disimpulkan bahwa lebih besar tamu yang datang ke Kantor Depan Hotel Sibayak Internasional Berastagi memilih “Setuju” untuk indikator puas dengan keterampilan pelayanan.

4.3 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu

Hasil dari persamaan dalam tabel kualitas pelayanan dan kepuasan tamu yang ditentukan rumus korelasi dengan hasil 0,499 dimana hasil hubungannya adalah “cukup kuat”.

Tabel 4.11 Koefesien, Determinan dan Keputusan

No.	Koefesien Korelasi r_{hitung}	Harga t_{hitung}	Harga t_{tabel}	Keputusan
1	0,499	5,18	1,66412	Signifikan

Sumber : hasil olahan data (2018)

Jika diketahui t tabel adalah sebesar 1,66412 maka jika t hitung lebih besar dari t tabel dimana t hitung sebesar 5,18 dan t tabel sebesar 1,66412 maka kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 = kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Sibayak Internasional Berastagi. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada hotel sibayak internasional berastagi maka dicari dengan memakai rumus : $KD = r^2 \times 100\%$

Dari perhitungan Koefesien Determinan di atas diperoleh $KD = 25\%$, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan resepsionis memberikan pengaruh sebesar 25 % terhadap kepuasan tamu dan sisanya 75 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini. Dengan demikian hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan resepsionis berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu pada Hotel Sibayak Internasional Berastagi dapat diterima.

5. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di *Front Office* pada Hotel Sibayak Internasional Berastagi, mengenai kualitas pelayanan, kepuasan tamu, dan hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis kualitas pelayanan di Kantor Depan dapat disimpulkan bahwa 14,9 % yang memilih “Sangat Sangat Setuju”, 23,7 % yang memilih “Sangat Setuju”, 30,5 % yang memilih “Setuju”, 26,6 % yang memilih “Tidak Setuju”, dan 4,1 % yang memilih “ Sangat Tidak Setuju”. Diperoleh dari sepuluh pernyataan yang diperoleh dari data diatas menyatakan bahwa kebanyakan tamu memilih “Setuju”, yaitu (30,5%)
2. Berdasarkan hasil analisis kepuasan tamu di Kantor Depan dapat disimpulkan bahwa 7% yang memilih “Sangat Sangat Setuju”, 22,1 % yang memilih “Sangat Setuju”, 40% yang memilih “Setuju”, 30,7 % yang memilih “Tidak Setuju”, dan tidak ada 0% yang memilih “ Sangat Tidak Setuju”. Diperoleh dari sepuluh pernyataan yang diperoleh dari data diatas menyatakan bahwa kebanyakan tamu memilih “Setuju”, yaitu (40 %)
3. Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan korelasi *product moment* diperoleh nilai r sebesar 0,499 hal ini menunjukkan bahwa indeks korelasinya cukup kuat antara kualitas pelayanan dan kepuasan tamu, berarti kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan tamu. Berdasarkan perhitungan koefesien determinan t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 5,18 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,66412 berarti nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} maka H_0 ditolak dengan H_1 diterima berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Berdasarkan hasil perhitungan determinan diperoleh nilai determinan 25 % dan ini menunjukkan bahwa sebanyak 25 % kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan tamu. Sedangkan

sisanya adalah sebanyak 75 % yang berarti bahwa faktor lain berpengaruh terhadap kepuasan tamu.

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas maka ada beberapa hal yang dapat dijadikan pertimbangan dari hasil penelitian ini untuk penelitian lanjutan maupun pihak Hotel di Kantor Depan pada Hotel Sibayak Internasional Berastagi.

1. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan pihak manajemen harus memperhatikan kinerja karyawan serta memberikan pelatihan yang maksimal, sehingga operasional kerja hotel dapat dilaksanakan dengan efektif dan efisien.
2. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, pihak manajemen juga harus menambah perlengkapan dan peralatan kerja di Kantor Depan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih efektif dan efisien.
3. Pihak manajemen juga harus selalu memperhatikan setiap hal yang menjadi penyebab keluhan tamu, baik dalam hal pelayanan, perlengkapan, peralatan maupun hal lainnya.
4. Dalam meningkatkan kepuasan tamu sebaiknya pihak manajemen selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan tamu, serta lebih efektif dalam menyelesaikan keluhan tamu sehingga dapat meminimalisir tamu yang *complaint*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusnawar. 2004. *Resepsionis Hotel*. Jakarta : Gramedia.
- Alma, Buchari. 2004. *Belajar Mudah Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Mahendra, I Komang Gede. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Kara Guest House Sragen*. Pages 5-7. Agustus 2018.
- Mukhlisoh, Islahyatul. 2016. *Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai di Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi Banten*. Pages 56. Agustus 2018.
- Nazir, Muh. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Neong, muhajir. 1996. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta Rakesarasa.
- Normasari, Selvy dan Kumadji, Srihandi. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan, dan Loyalitas Pelanggan*. Pages 3. Vol 6. No 2. Agustus 2018.
- Nurhidayah, Bekti. 2017. *Kualitas Pelayanan Front Office Departemen Syariah Hotel Solo Terhadap Tingkat Kepuasan Tamu Individual*. Pages 26-27. Jurnal Komunikasi. Agustus 2018.
- Panjaitan, Januar Efendi dan Yulianti Ai Lili. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung*. Pages 2. Vol 11. No 2. Agustus 2018.
- Pitana, I Gde dan Diarta, I Ketut Surya. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta. ANDI
- Prasastono, Ndaru dan Pradapa, Sri Yulianto Fajar. 2012. *Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi*. Pages 3. Vol XI. No 2. Agustus 2018
- Rahayu, Dewi Rachmawati dan Fathoni, Azis. 2017. *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel*. Pages 3. Agustus 2018.
- Saputro, Fandi dan Putri, Emmita Devi Hari. 2014. *Aktivitas Resepsionis Dalam Menangani Tamu Personal di Ameera Boutique Hotel Yogyakarta*. Pages 2-4. Vol 5. No 2. Agustus 2018.
- Sugiarto, Endar. 2004. *Operasional Kantor Depan Hotel (Hotel Front Office Operations)*. Jakarta. Gramedia.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

- Sulastiyono, Agus. 2002. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung. Alfabeta.
- Supranto, J . 2001. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta : Rinda Cipta.
- Tjiptono, Fandi. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta.:ANDI.
- Utama, I Gusti Bagus Rai dan Mahadewi, Ni Made Eka. 2012. *Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan*. Yogyakarta. ANDI.