

Pengaruh Service Excellence terhadap Kepuasan Tamu pada Industri Perhotelan: Studi pada Swiss-Belresort Dago Heritage Bandung

Muhamad Aji Suandi
 Program Studi Administrasi Bisnis, Fisip, Universitas Pasundan
 aji_suandi@yahoo.com

Siti Fatimah
 Program Studi Administrasi Bisnis, Fisip, Universitas Pasundan
 siti.fatimah@unpas.ac.id

ABSTRACT

This study examines the effect of service excellence on customer satisfaction at Swiss-Belresort Dago Heritage Bandung. The research is motivated by increasing competition in the hospitality industry, where service quality plays a critical role in maintaining customer satisfaction and competitiveness. A quantitative approach was employed using a survey method, with data collected from 100 hotel guests selected through purposive sampling. Data were analyzed using simple linear regression. The findings reveal that service excellence has a significant positive effect on customer satisfaction ($\beta = 0.960$; $p < 0.05$), with a coefficient of determination (R^2) of 92.2%. This indicates that service excellence contributes substantially to customer satisfaction. Key dimensions, including ability, attitude, appearance, attention, action, and accountability, play an important role in shaping positive guest perceptions. The study also identifies the presence of a service gap, particularly in terms of responsiveness and service consistency, which may affect the overall customer experience. Therefore, improving service consistency, employee performance, and responsiveness is essential to enhance customer satisfaction and strengthen competitiveness in the hospitality industry.

Keywords: *Customer Satisfaction, Hospitality Industry, Service Excellence, Service Quality*

PENDAHULUAN

Kota Bandung sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Indonesia mengalami peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang signifikan, dari lebih dari tujuh juta wisatawan sebelum pandemi menjadi sekitar 8,55 juta wisatawan pada tahun 2024 berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Barat. Peningkatan tersebut mendorong pertumbuhan industri perhotelan yang semakin pesat, sehingga

memicu persaingan yang ketat antarhotel, baik berbintang maupun nonbintang.

Dalam kondisi tersebut, posisi kompetitif hotel menjadi faktor penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Untuk menggambarkan posisi kompetitif hotel di kawasan Dago, disajikan perbandingan ranking hotel berdasarkan ulasan pelanggan dari platform Traveloka.

Tabel 1. Ranking Hotel di Kawasan Dago

| Ranking | Nama Hotel | Assesment Qualification | | | | | Total Review |
|---------|---------------------------------------|-------------------------|-----------|------------|---------|------|--------------|
| | | Fantastic | Very Good | Satisfying | Average | Poor | |
| 1 | Intercontinental Hotel Dago Pakar | 754 | 761 | 210 | 103 | 39 | 1867 |
| 2 | Swiss-Belresort Dago Heritage Bandung | 728 | 529 | 119 | 42 | 6 | 1424 |

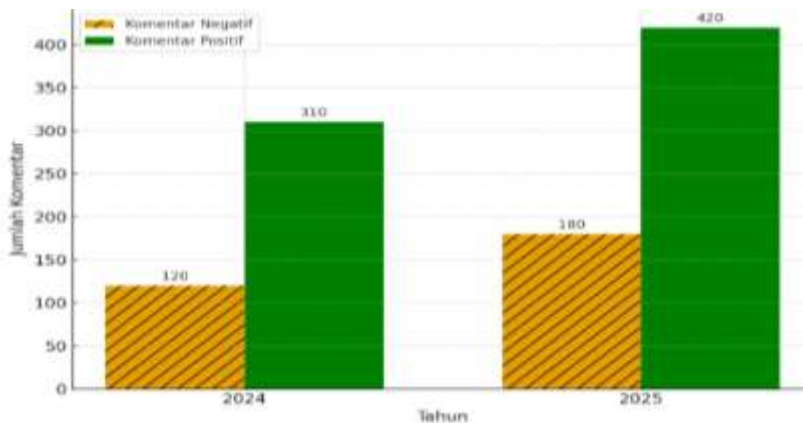
| Ranking | Nama Hotel | Assesment Qualification | | | | | Total Review |
|---------|--------------------------|-------------------------|-----------|------------|---------|------|--------------|
| | | Fantastic | Very Good | Satisfying | Average | Poor | |
| 3 | Sheraton Hotel and Tower | 487 | 585 | 268 | 101 | 16 | 1457 |
| 4 | Jayakarta Hotel Bandung | 451 | 507 | 452 | 283 | 73 | 1738 |

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 1, Swiss-Belresort Dago Heritage Bandung menempati posisi kedua dalam peringkat hotel di kawasan Dago berdasarkan ulasan pelanggan. Meskipun memperoleh dominasi penilaian positif pada kategori “Fantastic” dan “Very Good”, masih terdapat sejumlah ulasan pada kategori “Average” dan “Poor” yang menunjukkan adanya ketidaksesuaian dalam kualitas pelayanan yang dirasakan oleh sebagian tamu.

Temuan ini mengindikasikan bahwa, meskipun secara umum kinerja pelayanan telah dinilai baik, masih terdapat potensi kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan. Kondisi ini menjadi indikasi awal adanya service gap yang perlu mendapat perhatian lebih lanjut dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan tamu.

Gambar 1. Perbandingan Komentar Positif dan Negatif Tamu Tahun 2024–2025



Sumber: Data diolah (2025)

Gambar 1 menunjukkan peningkatan jumlah komentar negatif dari tahun 2024 ke 2025, dari sekitar 120 menjadi 180 ulasan, yang mengindikasikan adanya penurunan kualitas pelayanan pada sebagian pengalaman tamu. Meskipun mayoritas tamu masih memberikan penilaian positif, tren ini mencerminkan adanya service gap, yaitu kesenjangan antara harapan dan kenyataan pelayanan yang diterima pelanggan. Menurut Parasuraman et al. (1985), kesenjangan tersebut merupakan faktor utama yang memengaruhi ketidakpuasan pelanggan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam industri perhotelan, di mana kualitas interaksi

pelayanan dan pengalaman pelanggan menjadi determinan utama dalam membentuk kepuasan dan loyalitas. Namun demikian, sebagian besar penelitian masih berfokus pada konsep kualitas layanan secara umum, seperti model SERVQUAL, sementara kajian yang secara spesifik mengkaji dimensi pelayanan prima berdasarkan konsep Barata (ability, attitude, appearance, attention, action, dan accountability) dalam konteks hotel resort masih terbatas. Selain itu, pemanfaatan data ulasan pelanggan berbasis platform digital sebagai dasar identifikasi fenomena penelitian juga belum banyak diintegrasikan dalam analisis empiris. Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan

prima terhadap kepuasan tamu di Swiss-Belresort Dago Heritage Bandung. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis dalam pengembangan ilmu pemasaran jasa serta secara praktis sebagai bahan evaluasi bagi manajemen hotel dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

METODE

Prosedur Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu tahap persiapan, pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis data. Pada tahap pengumpulan data, kuesioner disebarakan kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 25, sebelum dianalisis menggunakan teknik regresi linear sederhana untuk menguji hubungan antarvariabel.

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini merujuk pada metode penelitian yang bertujuan untuk menguji hubungan antarvariabel secara objektif melalui analisis statistik (Sugiyono, 2019). Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antara variabel pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan secara terukur dan objektif. Metode survei digunakan untuk memperoleh data primer secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner.

Penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi pelayanan prima dan tingkat kepuasan tamu di Swiss-Belresort Dago Heritage Bandung, sedangkan pendekatan verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Swiss-Belresort Dago Heritage Bandung yang berlokasi di Jalan Lapangan Golf Dago Atas No. 78, Kota Bandung, Jawa Barat. Pemilihan lokasi didasarkan pada relevansi objek penelitian dengan fenomena yang

diteliti, yaitu adanya peningkatan persaingan industri perhotelan serta munculnya kesenjangan pelayanan (service gap) berdasarkan ulasan pelanggan. Penelitian dilakukan pada tahun 2025 dengan rentang waktu penelitian mencakup tahap persiapan, pengumpulan data, pengolahan data, hingga penyusunan laporan penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu yang pernah menginap di Swiss-Belresort Dago Heritage Bandung dalam periode tertentu, yang memiliki pengalaman langsung terhadap pelayanan yang diberikan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Kuesioner

Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data. Kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel pelayanan prima dan kepuasan pelanggan dengan menggunakan skala Likert.

2. Observasi

Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung kondisi pelayanan di hotel, termasuk interaksi antara karyawan dan tamu.

3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan dengan mengkaji berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian, seperti teori pemasaran jasa, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

4. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data pendukung seperti laporan hotel, data ulasan pelanggan, dan dokumen lainnya yang relevan.

Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini terdiri dari dua variabel utama, yaitu:

1. Variabel independen (X): Pelayanan Prima

Pelayanan prima diukur berdasarkan enam dimensi, yaitu:

| No | Variabel | rhitung (Alpha) | rtabel | Keterangan |
|----|-------------------|-----------------|--------|------------|
| 1. | Pelayanan Prima | 0,864 | 0,230 | Reliabel |
| 2. | Kepuasan Konsumen | 0,926 | 0,230 | Reliabel |

- *Ability* (kemampuan)
- *Attitude* (sikap)
- *Appearance* (penampilan)
- *Attention* (perhatian)
- *Action* (tindakan)
- *Accountability* (tanggung jawab)

2. Variabel dependen (Y): Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan persepsi pelanggan terhadap kesesuaian antara harapan dan kinerja layanan yang diterima.

Setiap indikator dalam variabel pelayanan prima dan kepuasan pelanggan diukur menggunakan skala Likert 1–5, di mana nilai 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan nilai 5 menunjukkan sangat setuju. Penggunaan skala ini bertujuan untuk mengukur persepsi responden secara kuantitatif terhadap kualitas pelayanan yang diterima.

Uji Instrumen Penelitian

Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen kuesioner diuji terlebih dahulu untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Pearson Product Moment antara skor item dengan skor total. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel pelayanan prima dan kepuasan pelanggan memiliki nilai koefisien korelasi (r hitung) yang lebih besar dibandingkan dengan r tabel pada tingkat signifikansi 0.05. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

| Ability (X1) | | | | |
|---|------------------------|--------------------|-----------|------------|
| Item Pertanyaan | r hitung Kepentingan | r hitung Kinerja | r tabel | Kesimpulan |
| Pelayanan karyawan | 0.871 | 0.825 | 0.374 | Valid |
| Komunikasi karyawan | 0.882 | 0.793 | 0.374 | Valid |
| Professionalisme karyawan | 0.819 | 0.911 | 0.374 | Valid |
| Attitude (X2) | | | | |
| Item Pertanyaan | r hitung Kepentingan | r hitung Kinerja | r tabel | Kesimpulan |
| Guest Courtesy | 0.771 | 0.891 | 0.374 | Valid |
| Greeting karyawan | 0.847 | 0.885 | 0.374 | Valid |
| Kesabaran karyawan | 0.832 | 0.833 | 0.374 | Valid |
| Appearance (X3) | | | | |
| Item Pertanyaan | r hitung Kepentingan | r hitung Kinerja | r tabel | Kesimpulan |
| Gesture karyawan | 0.918 | 0.878 | 0.374 | Valid |
| Penampilan karyawan | 0.607 | 0.899 | 0.374 | Valid |
| Self-presentation karyawan | 0.908 | 0.871 | 0.374 | Valid |
| Attention (X4) | | | | |
| Item Pertanyaan | r hitung Kepentingan | r hitung Kinerja | r tabel | Kesimpulan |
| Kejujuran karyawan | 0.729 | 0.866 | 0.374 | Valid |
| Kepedulian karyawan | 0.858 | 0.882 | 0.374 | Valid |
| Perhatian karyawan | 0.868 | 0.85 | 0.374 | Valid |
| Action (X5) | | | | |
| Item Pertanyaan | r hitung Kepentingan | r hitung Kinerja | r tabel | Kesimpulan |
| Kecepatan pelayanan karyawan | 0.819 | 0.902 | 0.374 | Valid |
| Ketanggapan karyawan | 0.811 | 0.93 | 0.374 | Valid |
| Kejelasan informasi yang diberikan karyawan | 0.827 | 0.906 | 0.374 | Valid |
| Accountability (X6) | | | | |
| Item Pertanyaan | r hitung Kepentingan | r hitung Kinerja | r tabel | Kesimpulan |
| Ketanggapan menangani keluhan | 0.818 | 0.892 | 0.374 | Valid |
| Kenyamanan dan keamanan | 0.855 | 0.909 | 0.374 | Valid |
| Menepati janji | 0.741 | 0.901 | 0.374 | Valid |

Sumber: Data diolah (2025)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi instrumen penelitian. Pengujian reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel pelayanan prima sebesar [0.864] dan variabel kepuasan pelanggan sebesar [0.926], di mana seluruh nilai tersebut lebih besar dari 0.70. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi dan konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Sumber: Data diolah (2025)

Teknik Analisis Data

Sebelum dilakukan analisis regresi, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas untuk memastikan data berdistribusi normal. Hasil pengujian

menunjukkan bahwa data memenuhi asumsi normalitas sehingga layak digunakan dalam analisis regresi. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap sebagai berikut.

Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 25. Model penelitian dalam studi ini dirumuskan sebagai berikut: Kepuasan Pelanggan (Y) = a + bX + e.

Analisis yang dilakukan meliputi analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden serta distribusi data, dan analisis regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan.

1. Analisis Deskriptif
Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden serta distribusi jawaban terhadap setiap variabel penelitian.
2. Analisis Regresi Linear Sederhana
Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (pelayanan prima) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan), dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0.05$).

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

X = Pelayanan prima

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

3. Uji Hipotesis (Uji t)
Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel pelayanan prima berpengaruh

secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Koefisien Determinasi (R^2)
Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel pelayanan prima dalam menjelaskan variabel kepuasan pelanggan.

Penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan prinsip etika penelitian, di mana seluruh responden diberikan informasi terkait tujuan penelitian dan memberikan persetujuan secara sukarela. Kerahasiaan data responden dijaga dan seluruh informasi yang diperoleh hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan tamu yang pernah menginap di Swiss-Belresort Dago Heritage Bandung. Karakteristik responden dianalisis berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pengalaman menginap. Berdasarkan jenis kelamin, responden terdiri dari [73 %] laki-laki dan [27 %] perempuan. Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 31- 44 tahun, yang menunjukkan bahwa sebagian besar tamu berada pada kategori usia produktif.

Berdasarkan pengalaman menginap, sebagian besar responden merupakan tamu yang telah menginap lebih dari satu kali di hotel tersebut, sehingga memiliki pengalaman yang cukup dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa responden memiliki relevansi dan pengalaman langsung terhadap objek penelitian.

Sumber: Data diolah (2025)

Hasil Analisis Regresi Linear

Untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan tamu, dilakukan analisis regresi

Tabel 4. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

| Variabel | Mean | Kategori |
|--------------------|------|-------------|
| Pelayanan Prima | 4.25 | Sangat Baik |
| Kepuasan Pelanggan | 4.18 | Baik |

linear sederhana. Hasil pengolahan data disajikan pada Tabel 5 berikut.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

| Coefficients ^a | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|---|------|--------------|---------|-------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Correlations | | | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Zero-order | Partial | Part | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | .000 | .000 | | | | | | | | |
| | PelayananPrima | .500 | .000 | 1.000 | | | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 1.000 | 1.000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 5, variabel pelayanan prima memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000 (< 0.05), yang menunjukkan bahwa pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu di Swiss-Belresort Dago Heritage Bandung. Nilai koefisien regresi sebesar 0.950 mengindikasikan pengaruh positif, sehingga semakin baik kualitas pelayanan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.922 menunjukkan bahwa pelayanan prima memberikan kontribusi sebesar 92.2% terhadap kepuasan tamu, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Temuan ini memperkuat teori kualitas layanan yang menyatakan bahwa pelayanan merupakan determinan utama kepuasan pelanggan (Kotler & Keller, 2016) serta didukung oleh berbagai penelitian empiris dalam industri perhotelan. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan seperti responsiveness, empathy, dan assurance berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, di mana interaksi layanan yang konsisten dan responsif menjadi faktor kunci dalam membentuk pengalaman pelanggan (Han & Hyun, 2018; Chen & Chen, 2020; Rather & Sharma, 2019). Selain itu, konsep service gap menegaskan bahwa kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan dapat memengaruhi tingkat kepuasan (Parasuraman et al., 1988).

Dalam konteks penelitian ini, dimensi pelayanan prima yang meliputi ability, attitude, appearance, attention, action, dan accountability terbukti berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Profesionalisme, responsivitas, dan perhatian terhadap kebutuhan tamu menjadi faktor utama dalam membentuk pengalaman layanan yang positif. Selanjutnya, besarnya kontribusi variabel pelayanan prima terhadap kepuasan tamu ditunjukkan melalui analisis koefisien determinasi pada Tabel 6.

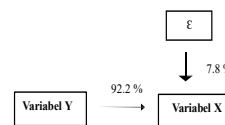
Tabel 6. Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .960 ^a | .922 | .921 | 2.73919 |

a. Predictors: (Constant), PelayananPrima

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.922 yang menunjukkan bahwa variabel pelayanan prima memberikan kontribusi sebesar 92.2% terhadap kepuasan tamu, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, Pelayanan Prima terbukti memiliki kontribusi dominan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.



Gambar 2. Paradigma Penelitian

Hasil Analisis Dimensi Pelayanan Prima

Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan prima, Swiss-Belresort Dago Heritage Bandung telah menerapkan berbagai program pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi karyawan dalam memberikan pelayanan kepada tamu. Program tersebut dirancang berdasarkan dimensi pelayanan prima yang meliputi kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab.

Tabel 7. Program Pelatihan Pelayanan Prima di Swiss-Belresort Dago Heritage Bandung

| Nama Program | Concentrate |
|--|---|
| <i>Service Excellence</i> | Kemampuan dalam menyampaikan pelayanan prima (<i>ability</i>) |
| <i>Front Office Quality Service</i> | Melayani tamu dengan senyum, sapa dan salam (<i>attitude</i>) |
| <i>Quality Service (Moment Of The Truth)</i> | Perhatian terhadap tamu (<i>attention</i>) |
| <i>Highly Effective Customer Service officer</i> | Bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikan (<i>accountability</i>) |
| <i>The Best Customer Service</i> | Sigap dalam melayani tamu (<i>action</i>) |
| <i>Grooming</i> | Berpenampilan baik di depan tamu (<i>appearance</i>) |

Sumber: Data diolah (2025)

Tabel 7 menunjukkan bahwa program pelatihan yang diterapkan telah mencakup seluruh dimensi pelayanan prima. Program seperti *service excellence* dan *front office quality service* berfokus pada peningkatan sikap dan kemampuan karyawan dalam melayani tamu, sedangkan program *grooming* menekankan pada penampilan profesional karyawan.

Temuan ini mengindikasikan adanya upaya peningkatan kualitas pelayanan melalui pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan oleh manajemen hotel melalui berbagai program pelatihan. Program tersebut dirancang untuk meningkatkan kompetensi karyawan dalam memberikan pelayanan yang profesional dan sesuai dengan standar pelayanan prima. Namun demikian, masih ditemukan kelemahan pada aspek kecepatan pelayanan dan responsivitas staf, yang menunjukkan bahwa implementasi program pelatihan tersebut belum sepenuhnya optimal dalam praktik pelayanan sehari-hari. Kondisi ini menegaskan perlunya peningkatan konsistensi dalam penerapan standar pelayanan serta evaluasi berkelanjutan terhadap kinerja karyawan.

Kemampuan dan Sikap Karyawan

Kemampuan dan sikap karyawan merupakan aspek yang paling mendasar dalam pelayanan prima. Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan tamu serta keterampilan komunikasi yang baik memungkinkan pelayanan diberikan secara efektif dan efisien. Sikap ramah, sopan, dan profesional juga memberikan kesan positif yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa tamu memberikan penilaian positif terhadap sikap

karyawan, khususnya dalam aspek keramahan dan kesopanan. Namun demikian, masih terdapat beberapa keluhan terkait konsistensi pelayanan, yang menunjukkan bahwa tidak semua karyawan mampu mempertahankan standar pelayanan yang sama dalam setiap situasi.

Penampilan dan Perhatian terhadap Tamu

Penampilan karyawan dan perhatian terhadap kebutuhan tamu juga menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman pelayanan yang berkualitas. Penampilan yang rapi dan profesional mencerminkan citra hotel, sedangkan perhatian terhadap kebutuhan tamu menunjukkan adanya kepedulian terhadap pelanggan.

Mayoritas responden menilai bahwa karyawan memiliki penampilan yang profesional dan mampu memberikan perhatian yang memadai kepada tamu. Namun, terdapat beberapa kondisi di mana perhatian terhadap tamu belum optimal, terutama pada saat tingkat hunian hotel sedang tinggi.

Tindakan dan Tanggung Jawab Pelayanan

Dimensi tindakan dan tanggung jawab berkaitan dengan kemampuan karyawan dalam memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi tamu. Tindakan yang cepat dan tepat dalam menangani keluhan menjadi indikator penting dalam pelayanan prima.

Temuan ini menegaskan bahwa kecepatan dan ketepatan tindakan dalam memberikan pelayanan masih memerlukan peningkatan. Meskipun secara umum karyawan mampu menangani permintaan dan

keluhan tamu dengan baik, masih terdapat beberapa kondisi di mana respons yang diberikan belum optimal, terutama dalam situasi dengan tingkat hunian yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa beban kerja yang meningkat dapat memengaruhi efektivitas pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kapasitas karyawan serta penguatan sistem koordinasi dan respons pelayanan agar setiap permintaan tamu dapat ditangani secara cepat, tepat, dan konsisten.

Hasil Analisis Service Gap dalam Pelayanan Hotel

Meskipun secara umum pelayanan dinilai baik, temuan penelitian menunjukkan bahwa konsistensi pelayanan masih menjadi tantangan dalam operasional hotel. Kondisi ini mengindikasikan adanya service gap, yaitu ketidaksesuaian antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima.

Dalam konteks penelitian ini, peningkatan jumlah tamu dan tingginya tingkat hunian hotel menjadi faktor yang berpotensi memengaruhi menurunnya konsistensi pelayanan. Beban kerja yang tinggi dapat mengurangi kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan secara optimal kepada setiap tamu.

Selain itu, service gap juga dipengaruhi oleh belum optimalnya pengawasan dan evaluasi kinerja karyawan. Meskipun standar pelayanan telah ditetapkan, implementasinya di lapangan belum sepenuhnya konsisten. Temuan ini menegaskan bahwa aspek kecepatan dan ketepatan pelayanan masih memerlukan peningkatan untuk meminimalkan kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan.

Hasil Implikasi Manajerial terhadap Peningkatan Kepuasan Tamu

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa pelayanan prima merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan tamu di industri perhotelan. Kondisi ini menegaskan pentingnya konsistensi kualitas pelayanan melalui peningkatan kompetensi karyawan dan penerapan standar operasional yang optimal. Temuan juga menunjukkan bahwa pelatihan karyawan berperan strategis dalam meningkatkan kualitas interaksi layanan, khususnya dalam aspek

komunikasi, responsivitas, dan penanganan keluhan tamu.

Selain itu, konsistensi pelayanan masih menjadi tantangan, terutama pada saat tingkat hunian meningkat. Oleh karena itu, diperlukan penguatan sistem monitoring dan evaluasi kinerja karyawan agar standar pelayanan dapat diterapkan secara merata. Lebih lanjut, peningkatan kualitas pelayanan perlu diarahkan tidak hanya pada aspek teknis, tetapi juga pada pengelolaan pengalaman pelanggan secara keseluruhan guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Beberapa langkah strategis yang dapat dilakukan meliputi peningkatan pelatihan karyawan, penerapan standar pelayanan yang konsisten, penguatan sistem evaluasi kinerja, serta pengembangan strategi yang berorientasi pada customer experience.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Swiss-Belresort Dago Heritage Bandung. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam membentuk kepuasan pelanggan, di mana dimensi kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab berkontribusi dalam menciptakan persepsi positif terhadap layanan yang diberikan. Interaksi yang baik antara karyawan dan tamu, khususnya dalam hal keramahan, komunikasi, dan pemahaman kebutuhan pelanggan, menjadi faktor penting dalam membangun pengalaman yang memuaskan.

Namun demikian, masih terdapat kesenjangan antara harapan dan kenyataan pelayanan, terutama pada aspek kecepatan dan responsivitas staf, yang menunjukkan bahwa konsistensi dalam penerapan standar pelayanan masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas dan konsistensi pelayanan secara berkelanjutan menjadi kunci dalam meningkatkan kepuasan tamu serta memperkuat daya saing hotel.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah sampel yang terbatas pada satu objek penelitian serta penggunaan pendekatan kuantitatif, sehingga generalisasi hasil masih terbatas dan belum

mampu menggali pengalaman subjektif pelanggan secara mendalam. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kualitatif atau mixed methods serta menambahkan variabel lain seperti harga, fasilitas, dan citra merek.

DAFTAR PUSTAKA

Ananto, L. S., & Purnami, N. M. (2025). The influence of hospitality service quality on hotel customer satisfaction. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*.

Ayvaz-Çavdroğlu, N. (2024). Smart service quality in hospitality: A quantitative approach. *Tourism Management*

Badan Pusat Statistik Jawa Barat. (2019). *Pariwisata Jawa Barat dalam angka 2019*. Bandung: BPS Jawa Barat.

Chen, C. F., & Chen, F. S. (2020). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 81, 104166.

Han, H., & Hyun, S. S. (2018). Hotel brand trust, satisfaction, and loyalty: A multidimensional and hierarchical perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 69, 1–11.

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.

Rather, R. A., & Sharma, J. (2019). Customer engagement for evaluating customer relationships in hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 1–12.

Tjiptono, F. (2016). *Service, quality & satisfaction* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi Offset.

Traveloka. (2025). Hotel reviews and rankings. Retrieved from <https://www.traveloka.com>

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill.