

Pengaruh Kualitas Pelayanan Food And Beverage Service Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel

Iftitania Aramintana Ry¹, Akbar Viandica A², Azzahra Revina³, Davinvi Phalosaputra⁴, Kasmin⁵

Universitas Bina Sarana Informatika Bekasi Utara, Indonesia¹

Universitas Bina Sarana Informatika Bekasi Utara, Indonesia²

Universitas Bina Sarana Informatika Bekasi Utara, Indonesia³

Universitas Bina Sarana Informatika Bekasi Utara, Indonesia⁴

Universitas Bina Sarana Informatika Bekasi Utara, Indonesia⁵

Corresponding Email: taniaramliyadi@gmail.com*

Received: 23 Juni 2026

Reviewed: 25 Juni 2026

Accepted: 27 juni 2026

Abstrak

Industri perhotelan menghadapi persaingan yang semakin kompetitif sehingga kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam menciptakan kepuasan tamu dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Salah satu departemen yang berinteraksi secara langsung dengan tamu adalah Food and Beverage Service, sehingga kualitas pelayanan yang diberikan berkontribusi terhadap terbentuknya pengalaman menginap secara keseluruhan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan Food and Beverage Service terhadap kepuasan tamu hotel. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 150 responden yang pernah menggunakan layanan restoran hotel. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan indikator SERVQUAL, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Data dianalisis menggunakan regresi linear sederhana setelah memenuhi uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Dimensi responsiveness dan empathy menjadi indikator yang paling dominan dalam membentuk pengalaman pelayanan yang positif. Temuan ini menunjukkan bahwa implementasi service excellence tidak hanya meningkatkan kepuasan tamu, tetapi juga memperkuat citra hotel dan mendorong loyalitas pelanggan melalui pengalaman layanan yang berkualitas.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, food and beverage service, kepuasan tamu, service excellence, guest experience.

Pendahuluan

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor jasa yang memiliki tingkat persaingan tinggi sehingga setiap hotel dituntut mampu memberikan pelayanan yang berkualitas, cepat, dan konsisten kepada pelanggan. Kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh kelengkapan fasilitas fisik yang dimiliki hotel, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusia yang menjalankan seluruh proses operasional. Dalam industri jasa, sumber daya manusia menjadi aset strategis karena berperan langsung dalam menciptakan pengalaman pelanggan (customer experience). Oleh karena itu, organisasi perhotelan perlu membangun sistem kerja yang mampu mendukung efektivitas komunikasi, koordinasi, dan kolaborasi antarkaryawan agar pelayanan dapat diberikan secara optimal. Keberhasilan sebuah hotel dalam mempertahankan kepuasan pelanggan pada akhirnya sangat bergantung pada kemampuan karyawan dalam bekerja secara profesional, adaptif, dan terintegrasi sesuai dengan standar operasional yang telah ditetapkan (Mun et al., 2021; Abdullah et al., 2023).

Salah satu departemen yang memiliki kontribusi besar terhadap kualitas pelayanan hotel adalah Food and Beverage Product Department, khususnya pada bagian Main Kitchen–Western Kitchen. Departemen ini bertanggung jawab terhadap seluruh proses produksi makanan mulai dari penerimaan bahan baku, penyimpanan, persiapan (preparation), pengolahan (cooking), penyajian (plating), hingga distribusi makanan kepada pelanggan. Setiap tahapan pekerjaan saling berkaitan sehingga membutuhkan koordinasi yang baik antaranggota tim. Berbeda dengan departemen lain, operasional dapur hotel memiliki karakteristik pekerjaan yang berlangsung secara cepat, dinamis, dan berada di bawah tekanan waktu yang tinggi, terutama ketika tingkat hunian hotel meningkat atau terdapat penyelenggaraan kegiatan berskala besar seperti banquet maupun konferensi. Kondisi tersebut menuntut setiap karyawan mampu berkomunikasi secara efektif dan bekerja sama secara optimal agar seluruh proses produksi dapat berjalan sesuai standar kualitas, kuantitas, keamanan pangan, dan ketepatan waktu pelayanan (Noviastuti & Astuti, 2021; Mun et al., 2021).

Komunikasi kerja merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan operasional organisasi, terutama pada lingkungan kerja yang memiliki tingkat koordinasi tinggi seperti dapur hotel. Komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga menjadi sarana koordinasi, pengendalian pekerjaan, penyelesaian masalah, serta pengambilan keputusan dalam organisasi. Komunikasi yang efektif memungkinkan setiap anggota tim memahami tugas dan tanggung jawabnya secara jelas, menerima instruksi dengan tepat, serta mampu memberikan umpan balik secara cepat ketika terjadi perubahan situasi operasional. Sebaliknya, komunikasi yang kurang efektif berpotensi menimbulkan kesalahan dalam penyampaian informasi, keterlambatan pelayanan, konflik kerja, pemborosan bahan baku (food waste), hingga menurunkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Oleh sebab itu, komunikasi kerja menjadi salah satu aspek yang harus dikelola secara sistematis untuk mendukung efektivitas operasional hotel (Artajaya et al., 2022; Abdullah et al., 2023).

Selain komunikasi kerja, keberhasilan operasional Food and Beverage Product Department juga sangat dipengaruhi oleh kualitas kerja sama tim. Proses produksi makanan merupakan aktivitas yang melibatkan banyak individu dengan pembagian tugas yang berbeda-beda, mulai dari Executive Chef, Sous Chef, Chef de Partie, Demi Chef, Commis Chef, hingga Steward.

Meskipun setiap posisi memiliki tanggung jawab yang berbeda, seluruh aktivitas tersebut harus berjalan secara terpadu untuk menghasilkan produk makanan yang memenuhi standar hotel. Kerja sama tim yang baik akan menciptakan koordinasi yang harmonis, meningkatkan rasa saling percaya antaranggota, mempercepat penyelesaian pekerjaan, serta membantu organisasi dalam menghadapi tekanan operasional yang tinggi. Sebaliknya, lemahnya kolaborasi dapat menyebabkan ketidakseimbangan beban kerja, meningkatnya konflik internal, rendahnya produktivitas, dan menurunnya kualitas pelayanan kepada pelanggan (Yanti & Anggayana, 2023; Antara et al., 2023; Putra & Anggayana, 2023).

Kinerja karyawan merupakan indikator utama yang digunakan organisasi untuk menilai keberhasilan pelaksanaan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan. Dalam industri perhotelan, kinerja tidak hanya diukur berdasarkan kemampuan teknis dalam menyelesaikan pekerjaan, tetapi juga mencakup aspek kualitas pelayanan, produktivitas, disiplin kerja, ketepatan waktu, kemampuan bekerja sama, serta kepatuhan terhadap standar operasional prosedur (SOP). Tingginya tuntutan pelayanan di lingkungan hotel menyebabkan pencapaian kinerja optimal tidak dapat hanya mengandalkan kompetensi individu, tetapi juga membutuhkan dukungan komunikasi organisasi yang efektif serta budaya kerja sama yang kuat. Dengan demikian, peningkatan kinerja karyawan menjadi tanggung jawab bersama yang harus didukung oleh sistem organisasi, kepemimpinan, komunikasi, dan kolaborasi yang berjalan secara sinergis (Sebayang, 2022; Kartini et al., 2024).

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa komunikasi kerja dan kerja sama tim memiliki hubungan yang erat dengan peningkatan efektivitas operasional organisasi. Artajaya et al. (2022) menjelaskan bahwa komunikasi yang baik mampu mendukung pengendalian biaya makanan (*food cost control*) melalui koordinasi yang efektif antarpegawai dalam proses produksi. Penelitian Noviasuti dan Astuti (2021) juga menunjukkan bahwa keberhasilan operasional Food and Beverage Product dalam meningkatkan pendapatan hotel sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan efektivitas pengelolaan operasional dapur. Sementara itu, Abdullah et al. (2023) menemukan bahwa kualitas makanan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan hotel berbintang. Temuan-temuan tersebut mengindikasikan bahwa keberhasilan pelayanan kepada pelanggan pada dasarnya merupakan hasil dari proses komunikasi dan koordinasi yang berlangsung secara efektif di lingkungan kerja.

Penelitian lain juga menegaskan bahwa kualitas sumber daya manusia dalam industri perhotelan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknis, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan interpersonal yang dimiliki setiap karyawan. Yanti dan Anggayana (2023), Antara et al. (2023), serta Putra dan Anggayana (2023) mengemukakan bahwa praktik kerja pada Food and Beverage Product Department menuntut kemampuan komunikasi, koordinasi, disiplin, dan kolaborasi yang tinggi agar proses produksi berjalan sesuai standar operasional hotel. Di sisi lain, Sebayang (2022) membuktikan bahwa pelatihan kerja memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan kinerja karyawan, sedangkan Kartini et al. (2024) menjelaskan bahwa pelatihan strategis mampu meningkatkan kompetensi teknis sekaligus kemampuan komunikasi dan kerja sama tim sehingga produktivitas kerja mengalami peningkatan secara berkelanjutan.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas pentingnya komunikasi kerja, kerja sama tim, dan kinerja karyawan dalam industri perhotelan, penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan komunikasi kerja dan kerja sama tim terhadap kinerja karyawan pada Department Food and Beverage Product (Main Kitchen–Western Kitchen) masih relatif terbatas. Padahal, karakteristik operasional pada bagian tersebut memiliki tingkat kompleksitas yang lebih tinggi dibandingkan unit kerja lainnya karena seluruh aktivitas produksi makanan berlangsung secara simultan dan membutuhkan koordinasi yang cepat, tepat, serta akurat. Kesenjangan penelitian tersebut menjadi dasar penting dilaksanakannya penelitian ini untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh komunikasi kerja dan kerja sama tim terhadap kinerja karyawan pada lingkungan operasional dapur hotel berbintang.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh komunikasi kerja dan kerja sama tim terhadap kinerja karyawan pada Department Food and Beverage Product (Main Kitchen–Western Kitchen). Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoretis dalam pengembangan kajian manajemen sumber daya manusia di bidang perhotelan serta memberikan kontribusi praktis bagi manajemen hotel dalam merumuskan strategi peningkatan komunikasi organisasi, penguatan budaya kerja sama tim, dan peningkatan kinerja karyawan guna mendukung terciptanya pelayanan yang berkualitas dan berdaya saing.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menguji hubungan dan pengaruh antara variabel komunikasi kerja dan kerja sama tim terhadap kinerja karyawan pada Department Food and Beverage Product (Main Kitchen–Western Kitchen). Menurut John W. Creswell, penelitian kuantitatif merupakan metode yang digunakan untuk menguji teori melalui pengukuran variabel penelitian menggunakan instrumen tertentu yang selanjutnya dianalisis dengan teknik statistik untuk memperoleh kesimpulan yang bersifat objektif. Pendekatan ini dinilai sesuai karena mampu memberikan gambaran empiris mengenai besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan data yang diperoleh dari responden.

Penelitian dilaksanakan pada Department Food and Beverage Product (Main Kitchen–Western Kitchen) di hotel berbintang lima. Lokasi tersebut dipilih karena merupakan salah satu unit operasional yang memiliki tingkat aktivitas tinggi serta membutuhkan koordinasi yang intensif dalam setiap proses produksi makanan. Aktivitas operasional yang berlangsung secara cepat, dinamis, dan melibatkan banyak personel menjadikan departemen ini sebagai lokasi yang relevan untuk mengkaji pengaruh komunikasi kerja dan kerja sama tim terhadap kinerja karyawan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang bekerja pada Department Food and Beverage Product (Main Kitchen–Western Kitchen). Mengingat jumlah populasi relatif terbatas, penelitian menggunakan teknik sampling jenuh (total sampling) sehingga seluruh anggota populasi dijadikan responden penelitian. Menurut Sugiyono, sampling jenuh merupakan teknik penentuan sampel apabila seluruh anggota populasi digunakan sebagai

sampel penelitian sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi populasi secara menyeluruh.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada seluruh responden menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu, setuju, dan sangat setuju. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel yang diperoleh dari kajian teori dan penelitian terdahulu. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi dan studi pustaka yang berasal dari buku, artikel ilmiah, jurnal nasional maupun internasional, serta berbagai dokumen yang berkaitan dengan komunikasi kerja, kerja sama tim, kinerja karyawan, dan operasional Food and Beverage Product Department (Sugiyono, 2023; Creswell, 2018).

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas komunikasi kerja (X_1) dan kerja sama tim (X_2), sedangkan variabel dependen adalah kinerja karyawan (Y). Komunikasi kerja diukur melalui indikator kejelasan informasi, ketepatan penyampaian pesan, umpan balik, koordinasi pekerjaan, dan keterbukaan komunikasi. Kerja sama tim diukur berdasarkan kemampuan berkolaborasi, saling membantu, saling percaya, koordinasi antaranggota, serta komitmen terhadap tujuan bersama. Adapun kinerja karyawan diukur melalui kualitas kerja, kuantitas kerja, ketepatan waktu, tanggung jawab, disiplin, serta kemampuan menyelesaikan pekerjaan sesuai standar operasional.

Sebelum dilakukan analisis data, instrumen penelitian diuji terlebih dahulu melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap butir pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti, sedangkan uji reliabilitas bertujuan menguji tingkat konsistensi instrumen apabila digunakan secara berulang pada kondisi yang relatif sama. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai korelasi item lebih besar daripada nilai r tabel, sedangkan reliabilitas dinyatakan baik apabila nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,70.

Analisis data dilakukan secara bertahap menggunakan bantuan perangkat lunak statistik. Tahapan analisis meliputi analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh komunikasi kerja dan kerja sama tim terhadap kinerja karyawan. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan uji simultan (uji F) digunakan untuk mengetahui pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan. Selanjutnya, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi komunikasi kerja dan kerja sama tim dalam menjelaskan variasi kinerja karyawan.

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Sebanyak 150 responden berpartisipasi dalam penelitian ini. Berdasarkan jenis kelamin, responden terdiri atas 82 orang (54,7%) laki-laki dan 68 orang (45,3%) perempuan. Berdasarkan kelompok usia, responden didominasi oleh kelompok usia 21–30 tahun sebanyak

Pengaruh Kualitas Pelayanan Food And Beverage Service...

63 orang (42,0%), diikuti usia 31–40 tahun sebanyak 45 orang (30,0%), usia di bawah 21 tahun sebanyak 18 orang (12,0%), dan usia di atas 40 tahun sebanyak 24 orang (16,0%).

Dilihat dari frekuensi kunjungan, sebanyak 58 responden (38,7%) pernah menggunakan layanan restoran hotel sebanyak dua hingga tiga kali, 49 responden (32,7%) lebih dari tiga kali, sedangkan 43 responden (28,6%) baru pertama kali menggunakan layanan tersebut. Karakteristik ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki pengalaman yang cukup untuk menilai kualitas pelayanan Food and Beverage Service.

Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan terhadap seluruh item pertanyaan menggunakan korelasi Product Moment Pearson. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai r hitung berkisar antara 0,486–0,843, lebih besar dibandingkan nilai r tabel sebesar 0,1603, sehingga seluruh indikator dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Jumlah Item	Rentang r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	20	0,486–0,843	0,1603	Valid
Kepuasan Tamu	8	0,521–0,817	0,1603	Valid

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,931, sedangkan variabel kepuasan tamu memperoleh nilai 0,889. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,70, sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,931	Reliabel
Kepuasan Tamu	0,889	Reliabel

Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan Kolmogorov–Smirnov menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,200, yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, data penelitian berdistribusi normal sehingga memenuhi salah satu asumsi dalam analisis regresi linear.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Metode	Sig.	Keterangan
Kolmogorov–Smirnov	0,200	Data berdistribusi normal

Analisis Regresi Linear Sederhana

Hasil analisis regresi menunjukkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 12,846 + 0,684X$$

Koefisien regresi sebesar 0,684 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan tamu sebesar 0,684 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

Pembahasan

Service Excellence sebagai Fondasi Pembentukan Guest Experience

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengalaman tamu tidak hanya ditentukan oleh kualitas makanan yang disajikan, tetapi juga oleh kualitas interaksi yang terjadi selama proses pelayanan berlangsung.

Dalam industri perhotelan, pelayanan merupakan pengalaman yang dirasakan secara langsung oleh tamu. Ketika staf mampu memberikan pelayanan yang cepat, ramah, sopan, dan profesional, tamu akan memperoleh pengalaman positif yang memperkuat persepsi terhadap kualitas hotel secara keseluruhan. Oleh karena itu, service excellence menjadi fondasi utama dalam membangun guest experience yang berkesan.

Temuan ini sejalan dengan teori pemasaran jasa yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama dalam membentuk kepuasan pelanggan. Kotler dan Keller (2022) menjelaskan bahwa pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang diterima mampu memenuhi bahkan melampaui harapan mereka. Dalam konteks Food and Beverage Service, pengalaman pelayanan menjadi bagian penting dari keseluruhan pengalaman menginap sehingga memiliki kontribusi terhadap persepsi tamu terhadap hotel.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya mengukur hubungan statistik antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pelayanan merupakan proses yang menghubungkan kualitas layanan dengan kepuasan tamu. Dengan demikian, kualitas pelayanan tidak hanya dipandang sebagai atribut operasional, tetapi juga sebagai pencipta pengalaman emosional yang membentuk hubungan jangka panjang antara tamu dan hotel.

Interaksi Frontline Employee sebagai Penentu Kepuasan Emosional Tamu

Penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi responsiveness dan empathy menjadi aspek yang paling dominan dalam membentuk kepuasan tamu. Kecepatan staf dalam merespons permintaan pelanggan, kemampuan memberikan solusi terhadap keluhan, serta perhatian personal selama pelayanan berlangsung memberikan pengaruh yang besar terhadap persepsi tamu.

Hasil tersebut memperlihatkan bahwa tamu tidak hanya menilai kualitas pelayanan berdasarkan fasilitas fisik atau kecepatan penyajian makanan, tetapi juga berdasarkan kualitas

komunikasi interpersonal yang dibangun oleh karyawan. Senyum, keramahan, kemampuan mendengarkan kebutuhan pelanggan, serta sikap menghargai tamu menjadi pengalaman yang sulit digantikan oleh teknologi maupun fasilitas hotel.

Temuan ini memperkuat konsep human-centered hospitality, yaitu pendekatan yang menempatkan interaksi manusia sebagai inti dari pelayanan hotel. Dalam perspektif ini, keberhasilan pelayanan lebih banyak ditentukan oleh kompetensi interpersonal karyawan dibandingkan sekadar kelengkapan fasilitas yang dimiliki hotel.

Kualitas Pelayanan sebagai Instrumen Relationship Marketing

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kepuasan tamu memiliki implikasi terhadap terbentuknya hubungan jangka panjang antara pelanggan dan hotel. Pelayanan yang berkualitas menciptakan kepercayaan sehingga tamu memiliki kecenderungan untuk kembali menggunakan layanan restoran hotel pada masa mendatang.

Dalam perspektif relationship marketing, kepuasan pelanggan dipandang sebagai tahap awal dalam membangun loyalitas. Ketika tamu memperoleh pengalaman pelayanan yang positif secara konsisten, mereka tidak hanya melakukan kunjungan ulang, tetapi juga cenderung memberikan rekomendasi kepada keluarga maupun rekan kerja. Dengan demikian, kualitas pelayanan memiliki dampak tidak langsung terhadap peningkatan citra hotel melalui komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa investasi hotel dalam meningkatkan kompetensi pelayanan karyawan memiliki manfaat jangka panjang yang melampaui peningkatan kepuasan sesaat. Hubungan yang terbangun melalui pengalaman pelayanan berkualitas mampu menciptakan pelanggan yang loyal sekaligus menjadi media promosi yang efektif bagi hotel.

Implikasi Strategis terhadap Daya Saing Hotel

Persaingan industri perhotelan saat ini tidak lagi hanya ditentukan oleh fasilitas fisik maupun harga kamar, tetapi juga oleh kemampuan hotel dalam menciptakan pengalaman pelayanan yang berkesan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan Food and Beverage Service perlu dipandang sebagai investasi strategis dalam membangun keunggulan kompetitif.

Berdasarkan hasil penelitian, peningkatan kompetensi pelayanan dapat dilakukan melalui pelatihan *service excellence*, pengembangan kemampuan komunikasi interpersonal, evaluasi kualitas pelayanan secara berkala, serta pemberian penghargaan kepada karyawan yang mampu memberikan pelayanan terbaik. Strategi tersebut tidak hanya meningkatkan kepuasan tamu, tetapi juga memperkuat reputasi hotel sebagai penyedia layanan yang berorientasi pada pelanggan.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan Food and Beverage Service terhadap kepuasan tamu hotel melalui perspektif *service excellence* dan *guest experience*. Berdasarkan hasil analisis statistik, kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas

pelayanan yang diberikan oleh staf, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan tamu selama menikmati layanan restoran hotel.

Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa dimensi responsiveness dan empathy menjadi faktor yang paling dominan dalam membentuk pengalaman pelayanan yang positif. Kecepatan dalam merespons kebutuhan tamu, kemampuan menyelesaikan keluhan secara profesional, serta perhatian personal yang diberikan oleh karyawan menjadi aspek yang paling diapresiasi oleh pelanggan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan pelayanan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk makanan dan minuman, tetapi juga oleh kualitas interaksi antara karyawan dan tamu.

Selain memberikan bukti empiris mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan tamu, penelitian ini menghasilkan model konseptual Integrated Guest Experience Model yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk melalui sinergi antara service excellence, pengalaman emosional selama menerima pelayanan, dan hubungan jangka panjang (*relationship marketing*). Model tersebut memberikan perspektif baru bahwa kualitas pelayanan merupakan investasi strategis yang mampu meningkatkan loyalitas pelanggan sekaligus memperkuat daya saing hotel.

Daftar Pustaka

- Ali, F., Amin, M., & Cobanoglu, C. (2021). An integrated model of service experience, emotions, satisfaction, and behavioral intentions in hospitality. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 30(3), 287–310. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1817227>
- Brady, Michael K., & Cronin, Joseph J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34–49. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.3.34.18334>
- Cronin, Joseph J., & Taylor, Steven A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68. <https://doi.org/10.1177/002224299205600304>
- Hair, Joseph F., Black, William C., Babin, Barry J., & Anderson, Rolph E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Han, Heesup, & Hyun, Sunghyup Sean. (2018). Role of motivations for luxury cruise traveling, satisfaction, and involvement in building traveler loyalty. *International Journal of Hospitality Management*, 70, 75–84.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2022). *Marketing management* (16th Global ed.). Pearson Education.
- Lemon, Katherine N., & Verhoef, Peter C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Lovelock, Christopher, & Wirtz, Jochen. (2021). *Services marketing: People, technology, strategy* (9th ed.). Pearson.
- Namkung, Young, & Jang, SooCheong Shawn. (2018). Are highly satisfied restaurant customers really different? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(2), 142–155.
- Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A., & Berry, Leonard L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

- Schiffman, Leon G., & Wisenblit, Joseph. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2022). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian* (Edisi terbaru). Andi Offset.
- Verma, Vinod Kumar, & Chandra, Balram. (2018). Sustainability and customers' hotel choice behavior: A choice-based conjoint analysis approach. *Environment, Development and Sustainability*, 20(3), 1347–1363.
- Wu, Hsiu-Yuan, Cheng, Ching-Chan, & Ai, Chih-Hung. (2018). A study of experiential quality, perceived value, heritage image, experiential satisfaction, and behavioral intentions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 41, 29–35.
- Yoon, Yeoshin, & Uysal, Muzaffer. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty. *Tourism Management*, 26(1), 45–56.
- Zeithaml, Valarie A., Bitner, Mary Jo, & Gremler, Dwayne D. (2021). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Zeithaml, Valarie A., Parasuraman, A., & Berry, Leonard L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. The Free Press.