



## IMPLIKASI KUALITAS PELAYAN GUEST RELATION OFFICER (GRO) DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN TAMU DI SHERATON SURABAYA HOTEL & TOWERS

Eka Afrida Ermawati<sup>1</sup>, Esa Riandy Cardias<sup>2</sup> & Dony Sedyo Prakoso<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Manajemen Bisnis Parwisata, Politeknik Negeri Banyuwangi

email: ekafrida22@poliwangi.ac.id

email: cardias.esa@poliwangi.ac.id

email: dnsedyo@gmail.com

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Copyright (c) 2020 Sadar Wisata: Jurnal Pawirisata



**Corresponding Author:** Esa Riandy Cardias, Politeknik Negeri Banyuwangi, [cardias.esa@poliwangi.ac.id](mailto:cardias.esa@poliwangi.ac.id)

Received Date: 29 April 2024

Revised Date: 21 Mei 2024

Accepted Date: 28 Oktober 2024

### Artikel Info

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, *Guest Relation Officer*, Kepuasan Tamu.

### Abstrak

Sheraton Surabaya Hotel & Towers merupakan salah satu hotel bintang lima yang ada di Surabaya, Jawa Timur, Indonesia. Masing-masing departemen di Sheraton Surabaya Hotel & Towers memiliki tugas dan tanggung-jawab. Salah satu *section* di departemen *Front Office* yang bertugas untuk menyambut serta memberikan pelayanan prima adalah *Guest Relation Officer*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *Guest Relation Officer* (GRO) terhadap kepuasan tamu di Sheraton Surabaya Hotel & Towers. Penelitian ini disajikan secara deskriptif kuantitatif dengan sumber data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan uji instrumen berupa uji validitas dan uji reliabilitas. Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik berupa uji normalitas dan uji heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan uji hipotesis berupa uji regresi linier sederhana, uji koefisien korelasi sederhana, uji koefisien determinasi ( $r^2$ ) dan uji *t* (parsial). Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi penjelasan apakah kualitas pelayanan *Guest Relation Officer* (GRO) berpengaruh positif/negatif dan signifikan/tidak signifikan terhadap kepuasan tamu serta dapat menjadi bahan pertimbangan/acuan bagi Sheraton Surabaya Hotel & Towers dalam meningkatkan kinerja *Guest Relation Officer* (GRO)

### Abstract

*Sheraton Surabaya Hotel & Towers is a five-star hotel in Surabaya, East Java, Indonesia. Each department at Sheraton Surabaya Hotel & Towers has tasks and responsibilities. One of the sections in the Front Office department whose job is to welcome and provide excellent service is the Guest Relations Officer. This research aims to determine the effect of Guest Relations Officer (GRO) service quality on guest satisfaction at the Sheraton Surabaya Hotel & Towers. This research is presented in a quantitative descriptive manner with primary and secondary data sources. This research uses data collection techniques through observation, interviews, documentation and literature study. This research uses instrument tests in the form of validity tests and reliability tests. This research uses classic assumption tests in the form of normality tests and heteroscedasticity tests. This research uses hypothesis testing in the form of a simple linear regression test, simple correlation coefficient test, coefficient of determination test ( $r^2$ ) and *t* test (partial). It is hoped that the results of this research will provide an explanation of whether the service quality of the Guest Relations Officer (GRO) has a positive/negative and significant/insignificant effect on guest satisfaction and can be used as a consideration/reference for Sheraton Surabaya Hotel & Towers in improving the performance of the Guest Relations Officer (GRO)*

Keywords: A Service Quality, Guest Relations Officer, Guest Satisfaction.

## PENDAHULUAN

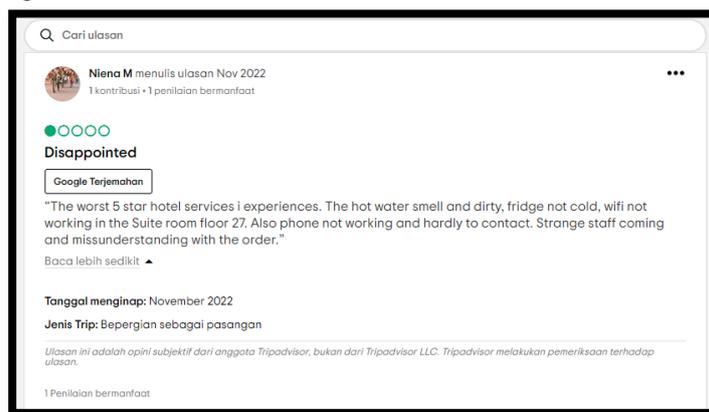
Sheraton Surabaya Hotel & Towers adalah salah satu hotel bisnis bintang lima yang terletak di Jalan Embong Malang No. 25-31, tepat bersebelahan dengan Tunjungan Plaza Mall yang merupakan salah satu mall terbesar di Surabaya Pusat sehingga memudahkan setiap tamu yang hendak berbelanja untuk dapat langsung bepergian tanpa harus meninggalkan area hotel. Hotel sendiri merupakan salah satu faktor yang dapat dilihat untuk menilai kemajauan wisata suatu daerah (Irawan, dkk, 2023) Dan tentu saja Surabaya bisa diperhitungkan dalam halkeamjuan wisatnya jika dilihat dari eksistensi hotel yang ada disana. Sheraton Surabaya Hotel & Towers Memiliki kurang lebih 300 kamar dengan 7 tipe berbeda. Diantaranya *Deluxe Room, Premium Room, Club Room, Junior Suite, Executive Suite, Royal Suite, dan Presidential Suite*. Salah satu upaya dalam menarik wisatawan adalah selalu mementingkan kepuasan tamu dengan menjaga kualitas pelayanan yang terdapat di hotel karena kualitas pelayanan sangatlah penting dan merupakan satu kunci sukses dari setiap produk dan layanannya.

Kualitas merupakan salah satu kunci sukses dari setiap bisnis yang dijalankan. Suatu keberhasilan jangka panjang suatu organisasi tergantung pada banyak faktor (Ahmed et.al, 2010). Kualitas pelayanan merupakan kunci kesuksesan bisnis perhotelan ada dimensi yang perlu diperhatikan. Parasuraman, et al. (1985) dalam Tjiptono (2012) mengidentifikasi ada

10 indikator kualitas pelayanan yang dirangkum menjadi 5 indikator, antara lain bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*). Jadi tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan suatu perusahaan dapat dilihat dari kepuasan pelanggan terhadap kelima dimensi layanan yang ditawarkan perusahaan.

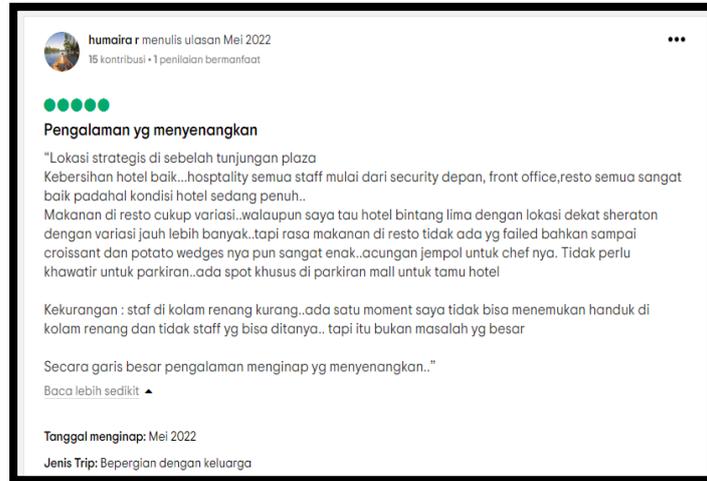
Salah satu departemen yang berkontribusi dalam melayani tamu di hotel adalah departemen *Front Office*. Departemen *Front Office* merupakan *the first and the last impression for guest during stay*, itu berarti *Front Office* harus menciptakan dan meninggalkan kesan yang baik saat tamu berada di hotel. Departemen *Front Office* terdiri dari beberapa *section*, salah satunya adalah *Guest Relation Officer (GRO)*. Seorang *Guest Relation Officer (GRO)* di Sheraton Surabaya Hotel & Towers harus memperhatikan setiap masukan, komplain, saran, komentar, serta kritik dari tamu agar dapat menjadi bahan evaluasi, inovasi, dan dasar perencanaan dengan tujuan untuk kepuasan tamu. Hal tersebut bisa diperoleh dari berbagai media mulai dari *guest comment list, website* resmi hotel, atau dari situs *booking* hotel secara *online*, bahkan ketika berkomunikasi langsung dengan tamu. Berikut ini merupakan ulasan-ulasan yang diberikan oleh tamu melalui *website* yaitu *tripadvisor.co.id*.

### Gambar 1 Ulasan Negatif Oleh Tamu



Sumber: *tripadvisor.co.id*

**Gambar 2** Ulasan Positif Oleh Tamu



**Sumber:** [tripadvisor.co.id](https://www.tripadvisor.co.id)

Gambar diatas menunjukkan ulasan negatif oleh tamu kepada Sheraton Surabaya Hotel & Towers atas pelayanan yang diberikan selama tamu menginap. Hal ini dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi calon tamu lain yang hendak menginap. Karena citra suatu usaha atau brand image sangatlah dibutuhkan untuk menarik tamu atau calon konsumen untuk melakukan pembelian (Putri, dkk, 2023). *Guest Relation Officer* di Sheraton Surabaya Hotel & Towers yang menjadi seorang *greeter* bagi tamu dituntut untuk memberikan pelayanan prima agar mampu meningkatkan kepuasan tamu dan diharapkan dapat meminimalisir ulasan negatif, seperti halnya ulasan positif pada gambar 2. Ulasan ulasan

Desain Penelitian menggunakan metode kuantitatif, adapun data didapat melalui survei. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin, didapat sebanyak 100 sampel dari 49.780 tamu yang menginap di Sheraton Surabaya Hotel & Towers selama rentang Bulan Agustus hingga Bulan Desember 2022. Kriteria yang ditetapkan untuk memenuhi sampel antara lain: responden merupakan tamu yang sedang menginap di Sheraton Surabaya Hotel & Towers dan berinteraksi langsung dengan *Guest Relation Officer*, tamu yang pernah menginap di Sheraton Surabaya Hotel & Towers dan pernah berinteraksi langsung

positif ini akan otomatis menjadi strategi bisnis yang baik dalam menghadapi persaingan bisnis perhotelan (Permatasari, dkk 2023).

Berdasarkan uraian diatas, sehingga penting dilakukan pengkajian mengenai kepuasan yang didapat tamu melalui pelayanan yang diberikan oleh GRO. Mengingat Kepuasan tamu sebagai sebuah situasi yang ditunjukkan melalui sikap atau ekspresi oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya secara pribadi telah terpenuhi dengan baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan (Tjiptono, 2016).

## METODE PENELITIAN

dengan *Guest Relation Officer*, dan berusia diatas 17 tahun, karena peneliti beranggapan bahwa responden dapat memberikan jawaban dengan cukup bijak. Teknik analisis yang digunakan dalam mengolah data adalah regresi sederhana. Adapun operasional variabelnya terdiri dari dua laten yaitu Kualitas pelayanan GEO (X) sebagai variabel bebas (indicator jaminan, bukti langsung, keandalan, ketanggapan dan empati), dan kepuasan tamu (Y) sebagai variabel terikatnya (kesesuaian harapan, keinginan berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**1. HASIL**

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah suatu variabel hadir dalam model regresi independen dan dependen dalam distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Pengujian normalitas dilakukan terhadap residual regresi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik P-P Plot. Data yang normal adalah data yang membentuk titik-titik yang menyebar tidak jauh dari garis diagonal.

Pengujian normalitas dengan metode grafik normal *Probability Plots* sebagai berikut :

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas

Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*

**Tabel 1** : grafik normal Probability Plots

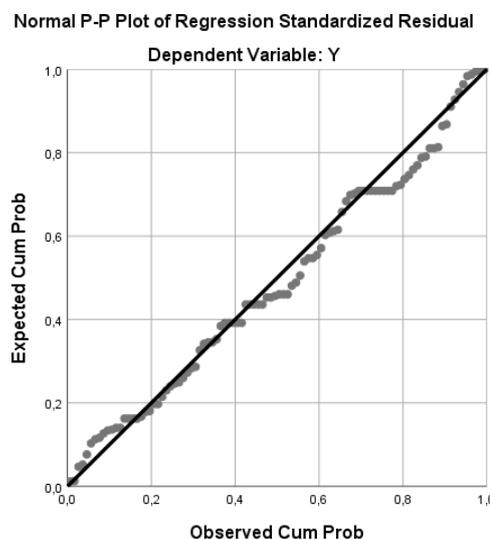
<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>	
	Unstandardized Residual
N	100
Normal Mean	0,0000000
Parameter Std. Deviation	3,44503434
Most Absolute Extreme Positive Difference	0,076
Negative	0,076
Test Statistic	-0,052
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,076
	<b>,166<sup>c</sup></b>
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

**Sumber:** data diolah 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,166 \geq 0,06$  yang memiliki arti bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal. Sedangkan untuk grafik

normal P- Plot yang telah dihitung menggunakan perhitungan regresi linier sederhana dapat dilihat pada gambar berikut ini :

**Gambar 3:** grafik normal P- Plot

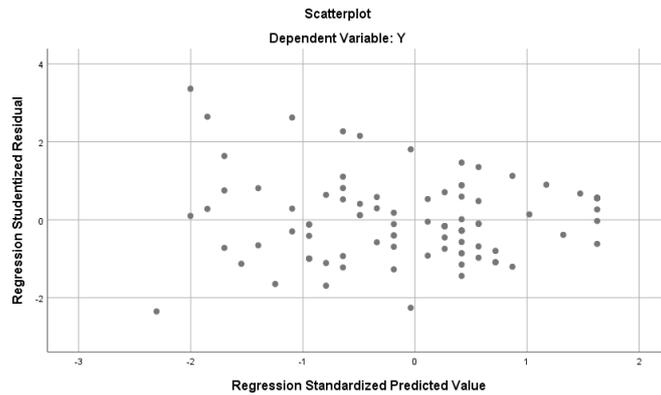


**Sumber:** data diolah 2024

Gambar di atas menunjukkan hasil analisis regresi linier dengan grafik normal P-P Plot terhadap *residual error* model regresi diperoleh sudah menunjukkan adanya pola grafik yang normal, yaitu adanya sebaran titik yang berada tidak jauh dari garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

**Uji Heterokedastisitas**

**Gambar 3:** grafik normal P- Plot



**Sumber:** data diolah 2024

Gambar di atas menunjukkan grafik *Scatterplots* titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian.

**Uji Hipotesis**

**Uji Koefisien Korelasi (R) & Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2018). Hasil uji heteroskedastisitas dengan koefisien korelasi *Rank Spearman* ditunjukkan dalam tabel berikut :

Koefisien determinasi (R) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas, begitupun sebaliknya. Hasil koefisien korelasi atau R sebesar 0,603 dan nilai *square* sebesar 0,363. Setelah diketahui nilainya, maka untuk mengetahui bagaimana hubungan keduanya adalah dengan pedoman berikut :

**Tabel 2:** Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang (Cenderung Kuat)
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

**Sumber:** Sugiyono (2017)

Berdasarkan hasil perhitungan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi sederhana sebesar 0,603. Jika dilihat dari tabel di atas, nilai koefisien termasuk kedalam rentang interval koefisien 0,60 – 0,799 dengan tingkat hubungan yang kuat. Sehingga dapat dikatakan bahwa kekuatan hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu memiliki tingkat hubungan kuat.

Dari tabel hasil koefisien determinasi didapatkan nilai *R Square* (R<sup>2</sup>) sebesar 0,603 yang berarti bahwa bahwa besar pengaruh terhadap variabel Y (kepuasan tamu) yang ditimbulkan oleh indikator *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* adalah sebesar 60,30 persen, sedangkan besar pengaruh terhadap variabel Y (kepuasan tamu) yang ditimbulkan oleh faktor lain adalah

sebesar 39,70 persen.

### Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata – rata populasi atau nilai – nilai variabel

dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Rumus Regresi Linier Sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Tabel 3: Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	<b>24,664</b>	3,921		6,290	0,000
	X	<b>0,393</b>	0,053	0,603	7,477	0,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai konstanta (a) sebesar 264,664, sedangkan nilai variabel X (kualitas pelayanan) sebesar 0,393 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis :

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 24,664 + 0,393X + e$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan :

1. Nilai Konstanta (a) sebesar 24,664 mengandung arti bahwa nilai koefisien variabel Y (kepuasan tamu) adalah 24,664.
2. Nilai Variabel X (kualitas pelayanan) sebesar 0,393, dimana koefisien regresinya mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan tamu.

### Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk mengukur berapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dan menerangkan variasi variabel terkait. Jika nilai signifikan t 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa variabel secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel tersebut. Berdasarkan hipotesis yang sudah dikemukakan sebelumnya, bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan GRO terhadap kepuasan tamu di Sheraton Surabaya Hotel &

Towers. Dari hipotesis tersebut akan diformulasikan hipotesis (Ho) dan hipotesis alternatif (Ha) sebagai berikut :

- a. Ho = diduga tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan GRO terhadap kepuasan tamu di Sheraton Surabaya Hotel & Towers.
- b. Ha = diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan GRO terhadap kepuasan tamu di Sheraton Surabaya Hotel & Towers.

Kriteria Pengujian :

- a. Apabila  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka Ha diterima dan Ho ditolak. Artinya ada pengaruh antara pengaruh kualitas pelayanan GRO terhadap kepuasan tamu di Sheraton Surabaya Hotel & Towers.
- b. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka Ha ditolak dan Ho diterima. Artinya tidak ada pengaruh antara pengaruh kualitas pelayanan GRO terhadap kepuasan tamu di Sheraton Surabaya Hotel & Towers.

Setelah diperoleh hasil perhitungan regresi linier sederhana dan koefisien determinasi antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, maka dilakukan uji hipotesis dengan langkah- langkah sebagai berikut:

**Tabel 4:** Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,664	3,921		6,290	0,000
	X	0,393	0,053	0,603	<b>7,477</b>	<b>0,000</b>

a. Dependent Variable: Y

**Sumber:** data diolah 2024

Dari tabel di atas maka dapat disusun, diantaranya :

Berdasarkan nilai signifikan (sig) dari tabel di atas diperoleh nilai signifikan (sig) sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X (kualitas pelayanan) berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan tamu).

Berdasarkan nilai t dari tabel di atas maka dapat diketahui bahwa nilai t hitung sebesar  $7,477 \geq t_{tabel} 1,980$  maka hipotesis yang diajukan  $H_a$  dapat diterima dan  $H_o$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X (kualitas pelayanan) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Y (kepuasan tamu). Rumus mencari  $T_{tabel}$  sebagai berikut:

$$\begin{aligned} T_{tabel} &= (0,05/2 : n - k - 1) \\ &= (0,05/2 : 100 - 2 - 1) ; (0,025 : 97) \\ &= 1,980 \end{aligned}$$

## 2. PEMBAHASAN

Hasil analisis yang sudah dilakukan berdasarkan perhitungan statistik, dapat diketahui bahwa variabel X (kualitas pelayanan *GRO*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (kepuasan tamu) di Sheraton Surabaya Hotel & Towers. Hasil analisis tersebut dibuktikan dari hitung  $\geq t_{tabel}$  yaitu  $7,477 \geq 1,980$  memiliki signifikansi (sig) sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa  $H_a$  dapat diterima, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel X (kualitas pelayanan) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan tamu di Sheraton Surabaya Hotel & Towers. Artinya, jika kualitas pelayanan *GRO* semakin baik maka kepuasan tamu akan meningkat. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan *GRO* kurang maksimal, maka akan mempengaruhi kepuasan tamu.

Pada hasil analisis regresi linier sederhana diperoleh nilai konstanta sebesar 24,664 dengan standart kesalahan atau *error* sebesar 3,921. Memiliki arti bahwa konstanta sebesar

24,664 bernilai positif yang menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap variabel X (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (kepuasan tamu). Artinya, apabila kualitas pelayanan yang bersifat positif ini meningkat, maka akan berdampak pula terhadap kepuasan tamu. Pada analisis koefisien korelasi sederhana, nilai korelasi sederhana sebesar 0,603 yang berarti nilai tersebut memiliki hubungan yang kuat (jika dilihat dari interpretasi nilai korelasi sederhana dari Sugiyono (2017), rentang 0,60 – 0,799 dikategorikan sebagai hubungan yang kuat). Hal ini memiliki arti bahwa terdapat hubungan yang kuat antara hubungan variabel X (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (kepuasan tamu). Hubungan yang kuat ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *GRO* memiliki pengaruh cukup besar terhadap kepuasan tamu di Sheraton Surabaya Hotel & Towers.

Pada analisis koefisien determinasi, diperoleh nilai sebesar 0,363 atau 36,30 persen. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 36,30 persen kepuasan tamu di Sheraton Surabaya Hotel & Towers dipengaruhi oleh kualitas pelayanan *GRO*, sedangkan sebesar 63,70 persen atau sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan hal penting bagi Sheraton Surabaya Hotel & Towers karena berpengaruh langsung dan positif terhadap kepuasan tamu. Kesimpulannya adalah bahwa pelayanan yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan tamu dapat berdampak pada tingkat kepuasan tamu. Tingkat kepuasan tamu tersebut terhadap kualitas pelayanan yang diberikan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa terkait fasilitas, pelayanan, dan respon karyawan yang baik, dapat memberikan kesan atau pengalaman yang baik bagi tamu, sehingga bisa memunculkan rasa percaya dan loyal terhadap hotel.

Upaya yang sedang dilakukan dilakukan

guna meminimalisir komplain dan *bad review* dari tamu di Sheraton Surabaya Hotel & Towers khususnya *GRO* adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Seperti halnya *special service* yang diberikan kepada *repeater guest* atau tamu yang sudah menginap beberapa kali di Sheraton Surabaya Hotel & Towers, selalu mengutamakan kepentingan dan melayani keinginan tamu, memberikan *apologize and compliment* ketika terjadi komplain yang dapat menimbulkan keresahan serta ketidak-puasan tamu saat menginap.

#### **KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa 3 (tiga) kesimpulan sebagai berikut: Kualitas pelayanan *GRO* di Sheraton Surabaya Hotel & Towers sangat baik dengan rentang skor 4,35; tamu merasa sangat puas atas pelayanan *GRO* di Sheraton Surabaya Hotel & Towers, dengan rentang skor 4,34; kualitas pelayanan *GRO* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu dimana hal ini terlihat dari hasil

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih hanya dituliskan jika dianggap penting untuk ditulis seperti terkait sumber pendanaan (funding), akses data dan Ahmed, I., Nawaz, M., Ahmad, Z. et al. (2010).

*Does Service Quality Affect Students' Performance? Evidence from Institutes of Higher Learning.* African Journal of Business Management.

Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Irawan, Y., Amalia, F.R., Ermawati, E.A. (2023). Perancangan Standard Operating Procedure (SOP) Make Up Room di Hotel Poliwangi Jinggo Banyuwangi. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata* Volume 7, Issue 1.

Permatasari, E.N., Ermawati, E.A., Cardias, E.R., (2023). Pengaruh bauran promosi terhadap keputusan menginap di aston

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Front Office Manager* (FOM) Sheraton Surabaya Hotel & Towers mendapatkan hasil, banyak tamu yang mengutarakan komplain atas keterlambatan *Concierge* ketika melakukan pengiriman *lugagge* ke dalam kamar. Pihak Sheraton Surabaya Hotel & Towers khususnya *GRO* selalu memperhatikan *staff* dengan melaksanakan *briefieng* sebelum bekerja dan evaluasi harian.

olah data seperti nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,603 dan nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) variabel kualitas pelayanan sebesar 0,363 (36,30 persen) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (0,000 < 0.05). Juga terlihat nilai thitung yang lebih besar dari ttabel (7,477 > 1,980). Hal ini dapat disimpulkan, bahwa kualitas pelayanan *GRO* berpengaruh positif signifikan sebesar 36,30 persen terhadap kepuasan tamu di Sheraton Surabaya Hotel & Towers.

pembimbingan. pihak lain yang membantu terselesaikannya penulisan paper.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Banyuwangi hotel & conference center. *Media Bina Ilmiah*, Vol.18 No.9
- Putri, S., Ermawati, E.A., Yustita, A.D. (2023) analisis citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian wisatawan di pusat oleh-oleh sun osing Beach banyuwangi. *Sadar Wisata: Jurnal Pawirisata* Volume 6 Nomor 1.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2012. *Service Management*, Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta: CV Andi Offset



kreatif · inovatif · tangguh · adaptif



TeamWork



Sinergi



Prestasi

**Diterbitkan Oleh:**

Program studi Perhotelan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember  
Anggota Himpunan Lembaga Pendidikan Tinggi Pariwisata Indonesia (HILDIKTIPARI)

**Alamat Redaksi**

Ruang redaksi Sadar Wisata Program studi DIII Perhotelan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember  
Jl. Karimata No.49 Telp. (0331) 322557 Fax. (0331) 337957 / 322557

**Surel:** [jurnalsadarwisata@unmuhjember.ac.id](mailto:jurnalsadarwisata@unmuhjember.ac.id)

**Laman:** <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/wisata>