

ANALISIS PERAN STAF *FRONT OFFICE* DALAM MENCIPTAKAN KESAN PERTAMA TAMU

Vitri Wulan Dhary^{1*}, Marthania Wardani², Wahyu Cahyo Nur Rohmat³,
Wahyu Ari Indriastuti⁴

^{1,2,3,4}Akademi Pariwisata Mandala Bhakti, Indonesia

vitri.wulandhary@mhs.mandalabhakti.ac.id^{1*}; marthania.wardani@mhs.mandalabhakti.ac.id²;
wahyu.cahyonur@mhs.mandalabhakti.ac.id³; wahyuari@mandalabhakti.ac.id⁴

Abstrak

Front office merupakan bagian penting dalam operasional hotel yang berperan sebagai garda terdepan dalam memberikan pelayanan kepada tamu serta membentuk kesan pertama terhadap kualitas layanan hotel. Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran dan kinerja karyawan Departemen *Front Office* dalam membentuk persepsi tamu terhadap profesionalitas Solo Grand City Hotel. Penelitian ini difokuskan pada kualitas pelayanan, sikap kerja serta kemampuan komunikasi karyawan dalam berinteraksi dengan tamu dalam lingkup pelayanan perhotelan. Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini melalui observasi partisipatif wawancara mendalam yang dilakukan terhadap dua narasumber yaitu manager dan karyawan *front office*. Tahapan penelitian diawali dengan pengumpulan data berupa wawancara yang kemudian dianalisis dalam bentuk penyajian data dan hasilnya dirangkum dalam sebuah kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja *front office* yang responsif, ramah, dan komunikatif menjadi faktor utama dalam membentuk kesan profesional tamu. Pelayanan yang cepat dan tepat serta kemampuan dalam menangani keluhan tamu turut memperkuat persepsi positif terhadap kualitas layanan dan citra Solo Grand City Hotel. Sebaliknya, pelayanan yang kurang maksimal dapat menurunkan tingkat kepuasan dan kepercayaan tamu terhadap profesionalitas hotel secara keseluruhan.

Kata Kunci: *Front Office*, Kesan Pertama Tamu, Pelayanan Hotel

Abstract

Front Office is an important part of the hotel operation that plays an important role in providing services to guests and forming a first impression of the quality of hotel service. This research aims to understand the role and the performance of *Front office* Department employees in shaping guest perceptions of the professionalism of Solo Grand City Hotel. This research is focused on the quality of service, work attitude and communication skills of employees in interacting with guests in the scope of hospitality services. A qualitative approach was used in this study through participatory observation of in-depth interviews which was conducted on two sources, namely managers and *Front Office* employees. The research process was conducted through several stages, firstly by collecting data through interview which later was analyzed in a form of data presentation and was concluded as the result of the research. The research results show that the responsive, friendly, and communicative *Front Office* performance is the main factor in forming a professional impression of guests. Fast and accurate service as well as the ability to handle guest complaints also strengthen the positive perception of the quality of service and the image of Solo Grand City Hotel. On the other hand, less than optimal service can reduce the level of satisfaction and trust of guests in the overall professionalism of the hotel.

Keywords: *Front Office*, First Impressions, Hotel Services

1. PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor penting dalam perkembangan pariwisata yang berperan dalam menyediakan layanan akomodasi bagi wisatawan. Dalam operasionalnya, hotel memiliki berbagai departemen yang saling bekerja sama untuk memberikan pelayanan yang optimal kepada tamu. Setiap departemen memiliki fungsi dan tanggung jawab masing-masing dalam mendukung kelancaran kegiatan operasional hotel. Salah satu departemen yang memiliki peran sangat penting adalah *front office*. Menurut Widodo & Kusumawati (2022), departemen tersebut sering disebut sebagai wajah hotel karena menjadi bagian pertama yang berinteraksi langsung dengan tamu ketika mereka datang ke hotel. Oleh karena itu, pelayanan yang diberikan oleh staf *front office* akan sangat memengaruhi kesan pertama tamu terhadap hotel serta tingkat kepuasan tamu selama menginap.

Hotel merupakan salah satu komponen penting dalam mendukung perkembangan sektor pariwisata di suatu daerah. Hal ini ditegaskan oleh Adiarti & Wijaya (2024). Seiring meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Solo, kebutuhan akan pelayanan akomodasi yang berkualitas juga semakin tinggi. Solo Grand City Hotel menjadi salah satu hotel yang berperan dalam memenuhi kebutuhan tersebut dengan menyediakan fasilitas serta pelayanan yang berorientasi pada kepuasan tamu. Dalam operasional hotel, *Front Office* memiliki peran penting sebagai garda terdepan yang berinteraksi langsung dengan tamu, mulai dari proses reservasi, *check-in*, hingga *check-out*.

Dalam upaya menciptakan pelayanan yang berkualitas, peran *front office* menjadi salah satu faktor yang sangat menentukan. Menurut Putri & Saputra (2021), peran *front office* sangat penting dalam memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional kepada tamu. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh sikap, tetapi juga didukung dengan aspek lain seperti berpenampilan menarik. Pernyataan tersebut diperkuat oleh Anggraini et al. (2025), yang menyatakan bahwa selain sikap pelayanan, penampilan (*grooming*) juga menjadi bagian dari upaya membentuk persepsi tamu.

Namun dalam konteks operasional hotel, staf *front office* tidak hanya bertanggung jawab dalam pelayanan administrasi tamu, tetapi juga berperan sebagai pusat informasi dan koordinasi antar departemen hotel seperti *housekeeping*, *food and beverage*, serta bagian keamanan. Menurut Pratama & Hidayat (2023), kualitas pelayanan dan keterampilan komunikasi *front office* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan tamu, terutama dalam hal responsivitas, keramahan, dan kemampuan memberikan informasi yang kuat.

Dalam praktiknya masih terdapat beberapa kendala seperti kurangnya keterampilan komunikasi dan keterbatasan ketersediaan kamar pada saat tingkat hunian tinggi. Hal ini dapat memengaruhi kualitas pelayanan dan kepuasan tamu. Hal ini sejalan dengan penelitian Sari &

Rahayu (2024) yang menyatakan bahwa kendala operasional *front office* dapat berdampak langsung terhadap pengalaman dan kepuasan tamu. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategis petugas *front office* dalam memberikan pelayanan kepada tamu serta kontribusinya dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan tamu di Solo Grand City Hotel.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk mendapatkan data mendalam tentang peran petugas *front office* dalam membangun kesan pertama tamu. Menurut Sugiyono (2022), penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam melalui data yang diperoleh langsung dari narasumber. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali informasi secara mendalam terkait pengalaman, persepsi, serta strategi yang diterapkan oleh petugas dalam memberikan pelayanan kepada tamu. Dalam upaya memperoleh data, peneliti mengkaji penelitian sebelumnya untuk memahami variabel dalam konteks penelitian mengenai peran Departemen *Front Office* di hotel.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan narasumber yang memiliki pengetahuan terkait Departemen *Front Office* di Solo Grand City. Setelah data terkumpul, data dianalisis berdasarkan hasil wawancara untuk memperoleh kesimpulan penelitian. Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari dua orang informan yaitu:

1. Manager Front Office, sebagai informan yang memberikan informasi mengenai kesan pertama tamu dan strategi komunikasi.
2. Staf Front Office, sebagai informan yang memberikan informasi penanganan komplain (*henddling complain*) dan pentingnya berpenampilan rapi (*grooming*).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Front office merupakan bagian yang memiliki peran penting dalam operasional hotel karena menjadi titik pertama interaksi dengan tamu. Kesan pertama yang diterima tamu sangat dipengaruhi oleh bagaimana petugas *front office* saat memberikan pelayanan, terutama dalam hal komunikasi, sikap, dan profesionalitas. Oleh karena itu, staf *front office* harus memiliki kemampuan komunikasi yang efektif, pengetahuan yang luas tentang hotel dan layanan yang ditawarkan, serta kemampuan untuk menangani situasi yang tidak terduga. Hal ini sejalan dengan penelitian Sari & Wulandari (2021) yang menyatakan bahwa kualitas interaksi awal antara tamu dan petugas *front office* memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi tamu dan juga kualitas pelayanan hotel secara keseluruhan.

Hasil penelitian di Solo Grand City Hotel menunjukkan bahwa Departemen *Front Office* memiliki fungsi yang jauh melampaui sekadar administrasi pendaftaran. Menurut Agilika & Brahmanto (2021), departemen ini adalah "ujung tombak" di mana interaksi manusia pertama kali

terjadi secara formal. Di Solo Grand City Hotel, peran ini diwujudkan melalui penyambutan yang hangat oleh *greeter* dan efisiensi *Front Desk Agent*. Kesan pertama yang dibangun bukan hanya soal kecepatan, melainkan keramahan yang autentik. Hal ini sejalan dengan temuan Kusumarini (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan staf di Bali sangat ditentukan oleh nilai-nilai *hospitality* yang melekat pada kepribadian staf.

Staf di Solo Grand City Hotel menjalankan siklus pelayanan mulai dari reservasi, *check-in*, selama masa menginap (*staying*), hingga *check-out*. Dalam setiap fase ini, staf harus mampu menjadi pemberi solusi. Analisis peneliti menemukan bahwa saat tamu merasa dilayani dengan baik sejak di lobi, tingkat toleransi tamu terhadap kekurangan minim terjadi di departemen lain, misalnya keterlambatan pembersihan kamar. Ini membuktikan teori Wulandari & Sadjuni (2024) bahwa kepuasan di *front office* bertindak sebagai mediasi kuat menuju loyalitas pelanggan.

3.1. Implementasi Dimensi Kualitas (SERVQUAL)

Front office di Solo Grand City Hotel memiliki peran penting dalam penerapan kualitas pelayanan karena berinteraksi langsung dengan tamu. Melalui pelayanan yang diberikan, staf *front office* mencerminkan dimensi SERVQUAL yaitu *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Selain itu, kemampuan komunikasi dan penggunaan bahasa yang baik juga mendukung terciptanya pelayanan yang efektif serta kesan pertama yang positif. Berdasarkan hasil observasi, implementasi dimensi SERVQUAL di Solo Grand City Hotel adalah sebagai berikut:

1. *Responsiveness*, staf hotel dinilai mampu merespon setiap permintaan tamu dengan cepat dan sigap. Kecepatan dalam menangani permintaan, baik yang disampaikan di meja *front office* maupun melalui telepon, mencerminkan pelayanan yang tidak bertele-tele. Hal ini membuat tamu merasa dihargai dan tidak menunggu lama untuk mendapat bantuan.
2. *Reliability* atau keandalan terlihat dari konsistensi hotel dalam menjalankan seluruh proses pelayanan sesuai standar operasional prosedur yang telah ditetapkan.
3. *Assurance* atau jaminan, sikap profesional dan sopan yang ditunjukkan oleh seluruh staf menjadi faktor penting dalam membangun rasa aman bagi tamu. Cara berkomunikasi yang sopan dan santun, pengetahuan staf terhadap layanan hotel, serta kemampuan dalam memberikan informasi yang akurat membuat tamu merasa nyaman dan yakin selama menginap di hotel.
4. *Empathy*, staf menunjukkan perhatian dan sikap ramah kepada tamu. Staf tidak hanya melayani secara formal, tetapi juga menunjukkan sikap ramah, menyapa dengan hangat, dan berusaha memahami kebutuhan khusus tamu.

5. *Tangibles*, penampilan staf dan kebersihan area *front office* terjaga dengan baik. Penampilan yang rapi dan area lobi yang bersih serta tertata rapi memberikan kesan pertama yang positif dan mendukung citra hotel sebagai tempat yang terawat.

3.2. Pentingnya Komunikasi dan Kompetensi Bahasa Dalam Melayani Tamu

Salah satu temuan menarik dalam penelitian ini adalah krusialnya kompetensi komunikasi verbal dan non-verbal. Di Solo Grand City Hotel, staf diharapkan tidak hanya menguasai informasi fasilitas hotel, tetapi juga memiliki kemampuan bahasa yang baik. Penggunaan Bahasa Indonesia yang efektif, sopan, dan baku sangat membantu dalam melayani tamu domestik agar merasa dihormati. Selain itu, kemampuan bahasa asing seperti Bahasa Inggris juga penting dalam melayani tamu internasional agar komunikasi berjalan dengan baik dan profesional. Hal ini diperkuat oleh studi Ngasa et al. (2025) yang menyatakan bahwa Bahasa Indonesia yang efektif adalah instrumen utama dalam menciptakan kenyamanan psikologis bagi tamu.

Namun, tantangan muncul ketika berhadapan dengan tamu internasional. Meskipun Solo Grand City Hotel didominasi tamu domestik, kehadiran tamu asing menuntut penguasaan bahasa internasional. Peneliti mengamati bahwa penguasaan bahasa asing, seperti Bahasa Inggris atau bahkan Bahasa Perancis sebagaimana dikaji oleh Putri et al. (2024), meningkatkan nilai jual dan profesionalitas hotel di mata dunia. Kemampuan berkomunikasi ini juga mencakup aspek pendengaran yang aktif; petugas harus mampu menangkap kebutuhan tamu bahkan yang tidak tersirat secara eksplisit melalui empati yang tinggi.

3.3. Komunikasi Organisasi dan Kerja Sama Antar-Departemen

Efektivitas operasional *front office* di Solo Grand City Hotel sangat bergantung pada sinkronisasi dengan departemen lain seperti *housekeeping* dan *food & beverage*. Hasil wawancara menunjukkan bahwa miskomunikasi sering terjadi terkait status kesiapan kamar (*room status*). Permasalahan ini sejalan dengan apa yang ditemukan oleh Nabil & Kristiutami (2024), di mana komunikasi yang buruk antar-departemen sering kali menyebabkan penundaan proses *check-in*, yang secara otomatis merusak kesan pertama tamu.

Optimalisasi komunikasi organisasi di hotel ini dilakukan melalui *briefing* rutin dan penggunaan teknologi komunikasi internal. Sebagaimana disarankan oleh Izza & Sawitri (2025), pola komunikasi vertikal dan horizontal yang sehat di Oakwood Hotel & Residence terbukti meningkatkan mutu pelayanan. Di Solo Grand City Hotel, penguatan jalur komunikasi antara *duty manager* dan staf operasional memungkinkan penanganan keluhan secara *real-time* sebelum tamu meninggalkan area depan.

3.4. Motivasi Karyawan dan Pengaruhnya terhadap Kinerja

Faktor internal karyawan yaitu motivasi, menjadi motor penggerak kualitas pelayanan di Solo Grand City Hotel. Berdasarkan analisis, staf yang merasa dihargai oleh manajemen cenderung memberikan senyuman dan bantuan yang lebih tulus. Sebaliknya, kelelahan kerja (*burnout*) akibat beban kerja tinggi tanpa kompensasi motivasi yang cukup dapat menyebabkan pelayanan menjadi mekanis dan kaku. Hal ini selaras dengan penelitian Leora & Sofiani (2025) yang menemukan bahwa motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja staf garda depan di hotel bintang lima. Di Solo Grand City Hotel, pemberian penghargaan kecil atau apresiasi verbal dari atasan terbukti efektif menjaga semangat kerja staf dalam membangun kesan positif bagi tamu. Hasil wawancara dengan manager dan staf *front office*, apresiasi sederhana ini membuat mereka merasa dihargai dan membuat mereka lebih termotivasi untuk melayani tamu dengan lebih baik. Dengan begitu, kesan positif bagi tamu bisa lebih mudah tercipta.

3.5. Kendala Operasional dan Solusi Strategis

Meskipun secara umum pelayanan *front office* sudah baik, peneliti menemukan beberapa kendala di Solo Grand City Hotel. Pertama adalah keterbatasan jumlah staf pada jam-jam sibuk (*rush hour*), yang menyebabkan waktu tunggu tamu menjadi lebih lama. Kendala ini serupa dengan temuan Agilika & Brahmanto (2021). Solusi yang diterapkan adalah sistem *cross-training* di mana staf dari bagian lain dapat membantu tugas dasar di meja depan saat diperlukan.

Kedua adalah penanganan keluhan yang terkadang memakan waktu karena birokrasi internal. Mengacu pada studi Akasia & Sandy (2023), fleksibilitas staf dalam memberikan solusi instan, seperti *upgrade* kamar gratis atau kompensasi lainnya sangat penting untuk mengubah pengalaman buruk menjadi kesan yang luar biasa. Solo Grand City Hotel mulai memberikan tanggung jawab bagi *front desk agent* untuk mengambil keputusan cepat dalam menangani keluhan ringan, yang berdampak positif pada penurunan tingkat kekecewaan tamu.

Terakhir, integrasi teknologi dan layanan operator telepon juga menjadi catatan penting. Peran telepon operator dalam memberikan informasi awal sebelum tamu tiba di hotel memberikan kontribusi besar pada pembentukan ekspektasi. Penelitian Aprilia et al. (2025) menegaskan bahwa keramahan di telepon adalah "kesan pertama sebelum tatap muka". Oleh karena itu, Solo Grand City Hotel terus melatih staf operator agar selaras dengan standar pelayanan di meja resepsionis.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa membangun kesan pertama adalah proses multidimensi yang melibatkan penampilan fisik, keahlian komunikasi, sistem manajemen yang solid, motivasi internal, dan kemampuan adaptasi terhadap kendala lapangan. Keberhasilan Solo Grand City Hotel dalam aspek ini akan menjadi landasan utama bagi terciptanya kepuasan dan loyalitas pelanggan yang berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Front office harus terus meningkatkan kualitas pelayanan dan membangun hubungan baik dengan tamu untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kemampuan komunikasi, fleksibilitas, dan profesionalisme staf, serta memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan pengalaman tamu. Dengan begitu, hotel dapat meningkatkan citra dan reputasinya, serta meningkatkan kemungkinan *repeat booking* dan rekomendasi dari tamu. Selain itu, *front office* juga harus siap menghadapi berbagai tantangan dan hambatan operasional, seperti keterlambatan *check-in*, kesalahan reservasi, dan lain-lain, dengan tetap menjaga kesabaran dan profesionalisme. Dengan demikian, hotel dapat membangun kepercayaan dan loyalitas tamu, serta meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan bisnis jangka panjang.

5. REFERENSI

- Adiarti, Y. S., & Wijaya, R. S. (2024). Analisis Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Batu. *Jambura Economic Education Journal*, 6(2), 494–508.
- Agilika, N. D., & Brahmanto, E. (2021). Service Excellent Front Office dalam Menangani Permintaan Tamu di The Westlake Resort Yogyakarta. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 3(2), 60–66.
- Akasia, N. E., & Sandy, S. R. O. (2023). Peran Front Desk Agent dalam Menangani Keluhan Tamu di Front Office Aston Jember Hotel & Conference Center. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 1(1), 1–7.
- Anggraini, F. D., Berliana, N., & Suardana, I. K. (2025). Grooming dan Kinerja Front Office dalam Membentuk Persepsi Tamu terhadap Profesionalitas Hotel Grand Puri Saron. *Mabha Jurnal*, 6(2), 95–105.
- Aprilia, A., Ermawati, K. C., & Larasati, A. D. (2025). Peranan Telephone Operator dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Front Office Departement Hotel Novotel Lampung. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 8(2), 280–286.
- Fatikhatuinni'am, A., & Wikartika, I. (2025). Optimalisasi Pelayanan Front Office melalui Peningkatan Prosedur dan Kompetensi dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Hotel Gunawangsa MERR Surabaya. *Jdistira*, 5(1), 313–321.
- Izza, N. J. N., & Sawitri, D. K. (2025). Optimalisasi Komunikasi Organisasi Dalam Upaya Meningkatkan Mutu Kualitas Pelayanan Front Office Department di Oakwood Hotel & Residence. *Jurnal Media Informatika (JUMIN)*, 6(3), 2056–2062.
- Kusumarini, I. (2021). Kualitas Pelayanan Staf Front Office Hotel di Bali. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 10(2), 98–109.
- Leora, T., & Sofiani. (2025). Analisis Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan Front Office Department di Hotel The Westin Jakarta. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 8(7), 7720–7727.
- Nabil, R., & Kristiutami, Y. P. (2024). Pentingnya Komunikasi Receptionist untuk Mencapai Pelayanan Prima demi Kepuasan Tamu. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 6(2), 70–80.

- Ngasa, G. J., Petor, D., Bahagia, S., & Trisno, Y. (2025). Pemanfaatan Bahasa Indonesia yang Efektif dalam Komunikasi Layanan Front Office di Industri Perhotelan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(3), 36801–36807.
- Pratama, A., & Hidayat. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keterampilan Komunikasi Front Office Terhadap Kepuasan Tamu Hotel Vega Tangerang. *Comserva: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(5), 1838–1846.
- Putri, H. N. I., Karimah, I. S., & Amalia, F. (2024). Persepsi Staf Front Office terhadap Penguasaan Bahasa Prancis sebagai Penunjang Pelayanan di Hotel Claro Kendari. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 7(2), 1–8.
- Putri, N. A., & Saputra, A. (2021). Peran Front Office dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Hotel. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Perhotelan*, 2(1).
- Ristanti, Sulisty, A., & Kusumawati, F. D. (2024). Analisa Layanan Front Office dalam Menciptakan Kepuasan Tamu di Hotel Kirana Yogyakarta. *Jurnal Sains Manajemen*, 6(1), 1–10.
- Sari, A. P., & Wulandari, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Front Office terhadap Loyalitas Tamu Hotel. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 25(2), 1-15.
- Sari, R., & Rahayu, E. (2024). Analisis Komunikasi Antar Departemen Front Office dan Housekeeping di Sapphire Boutique Hotel Kudus. *Majalah Ilmiah Bina Patria*, 18(2).
- Setiadi, P., & Fahrizal, I. (2025). Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Hotel Melalui Layanan Front Office Berkualitas, Harga, Dan Customer Experience (Studi Empiris Pada Hotel Horison Kotaraja, Papua). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 4(1), 95–113.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Widodo, T., & Kusumawati, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Front Office terhadap Kepuasan Tamu Hotel. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 26(1), 1-12.
- Wijaya, B. A., dkk. (2024). Analisis Loyalitas Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali: Perspektif Motivasi dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 10(1).
- Wulandari, N. K. N., & Sadjuni, N. L. G. S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Front Office Department terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Sheraton Bali Kuta Resort). *Jurnal Riset Bisnis*, 8(1), 141–155.