Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 5, No. 2 Agustus 2026
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index

Research Article e-ISSN: 2963-0924

The Effect of Service Quality and Interpersonal Communication on Guest Satisfaction at the Fairfield by Marriott Bali Kuta Sunset Road Hotel

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Fairfield by Marriott Bali Kuta Sunset Road

I Nyoman Ary Adnyana Arimbawa[1], I Wayan Ruspendi Junaedi[2*], Bagastya Christian Santoso[3]

[1,2,3]Prodi Manajemen, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

(*) Corresponding Author: ruspendijunaedi@undhirabali.ac.id

Article info

Keywords:
Service Quality, Interpersonal Communication, Guest Satisfaction

Abstract

Guest satisfaction is an indicator of hotel success in the midst of increasingly fierce competition in the hospitality industry, especially in Bali. Fairfield by Marriott Bali Kuta Sunset Road as an international network hotel faces challenges in maintaining consistency in service quality and interpersonal communication to meet diverse guest expectations. This study aims to a nalyze the influence of service quality and interpersonal communication on guest satisfaction, partially or simultaneously using a quantitative approach with a sample of 150 respondents Data collection was carried out through observation, and questionnaires. Data analysis includes descriptive statistics, validity and reliability tests, classical assumption tests, partial and multiple correlation analysis, multiple linear regression, determination coefficients, and t-tests and F-tests. Partially, service quality has a positive and significant effect on guest satisfaction (t count 8.624 > t table 1.65; β=0.504), with the indicators of responsiveness and assurance obtaining the highest average scores. Interpersonal communication also has a positive and significant effect partially (t count 6.852 > t table 1.65; β=0.428), with openness as the dominant dimension. Simultaneously, both variables have a significant effect on guest satisfaction (F count 68.064 > F table 3.0; R=0.693). The coefficient of determination (R^2=0.474) indicates a contribution of 47.4%, while 52.6% is influenced by other factors. Service quality and interpersonal communication are proven to have a positive and significant effect on guest satisfaction, both partially and simultaneously.

Kata kunci:
Kualitas Pelayanan, Komunikasi Interpersonal, Kepuasan Tamu

Abstrak

Kepuasan tamu merupakan indikator keberhasilan hotel di tengah persaingan industri perhotelan yang semakin ketat, khususnya di Bali. Fairfield by Marriott Bali Kuta Sunset Road sebagai hotel jaringan internasional menghadapi tantangan dalam menjaga konsistensi kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal guna memenuhi ekspektasi tamu yang beragam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan tamu, secara parsial maupun simultan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Sampel berjumlah 150 responden Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dan kuesioner. Analisis data meliputi statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 5, No. 2 Agustus 2026
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

klasik, analisis korelasi parsial dan berganda, regresi linear berganda, koefisien determinasi, serta uji t dan uji F. Secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu (t hitung 8,624 > t tabel 1,65; β=0,504) dengan indikator responsiveness dan assurance memperoleh nilai rata-rata tertinggi. Komunikasi interpersonal juga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial (t hitung 6,852 > t tabel 1,65; β=0,428) dengan indikator keterbukaan sebagai dimensi dominan. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu (F hitung 68,064 > F tabel 3,0; R=0,693). Koefisien determinasi (R^2=0,474) menunjukkan kontribusi sebesar 47,4%, sedangkan 52,6% dipengaruhi faktor lain. Kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, secara parsial maupun simultan.

PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor penting dalam mendukung perkembangan pariwisata di Indonesia, khususnya Bali sebagai destinasi wisata internasional. Meningkatnya jumlah wisatawan menyebabkan persaingan antarhotel semakin ketat sehingga hotel dituntut tidak hanya menyediakan fasilitas yang memadai, tetapi juga memberikan pelayanan yang mampu memenuhi harapan tamu. Dalam kondisi tersebut, kepuasan tamu menjadi salah satu indikator penting keberhasilan hotel karena dapat memengaruhi loyalitas, niat berkunjung kembali, rekomendasi, serta ulasan positif terhadap hotel.

Kepuasan tamu terbentuk melalui perbandingan antara harapan dengan pelayanan yang diterima selama menginap. Dalam industri jasa seperti perhotelan, kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh fasilitas fisik, tetapi juga oleh kualitas pelayanan dan pengalaman interaksi antara tamu dengan karyawan. Menurut Sipahutar *et al.* (2024) Indikator kepuasan tamu dapat dilihat dari beberapa aspek penting, yaitu Harga (*price*), Pengalaman konsumen (*customer experience*), Hubungan emosional (*emotional connection*), Inovasi (*innovation*), Umpan balik dan ulasan (*feedback and review*).

Kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan hotel dalam memberikan jasa secara tepat, cepat, profesional, dan sesuai dengan kebutuhan tamu. Menurut Kumrotin dan Susanti (2021), kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat dilihat melalui dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy* (Sipahutar *et al*., 2024).

Selain kualitas pelayanan, komunikasi interpersonal juga menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan tamu. Pelayanan hotel melibatkan interaksi langsung antara karyawan dan tamu, baik dalam memberikan informasi, memenuhi kebutuhan, maupun menangani keluhan. Anggraini *et al.* (2022) menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal merupakan komunikasi secara langsung yang memungkinkan individu saling memengaruhi persepsi. Komunikasi interpersonal yang efektif ditunjukkan melalui keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, dan kesetaraan. Adapun Indikator-indikator komunikasi interpersonal menurut Maulana (Maulana (sebagaimana dikutip dalam Diani, 2022) meliputi Keterbukaan (*Openness*), Empati (*Empathy*), Dukungan (*Support*), Rasa positif (*Positiveness*), Kesamaan (*Equality*).

Fairfield by Marriott Bali Kuta Sunset Road merupakan bintang 4 yang berlokasikan di kuta. Hotel yang merupakan bagian dari jaringan Marriott International tersebut melayani tamu domestik maupun mancanegara dengan karakteristik, kebutuhan, dan ekspektasi yang beragam. *Guest comment* merupakan salah satu sumber evaluasi bagi hotel untuk mengetahui pengalaman dan tingkat kepuasan tamu selama menginap. Fairfield by Marriott Bali Kuta Sunset Road menerima berbagai tanggapan tamu yang berkaitan dengan pelayanan, fasilitas, kebersihan, serta kenyamanan selama menginap.

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 5, No. 2 Agustus 2026
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

Beberapa tamu menyampaikan keluhan mengenai keramahan dan komunikasi staf, pelayanan restoran dan *front desk*, proses *deposit card*, serta kondisi kamar dan fasilitas hotel yang dinilai masih perlu ditingkatkan. Rangkuman *guest comment* tersebut dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Rangkuman *Guest Comment*

No	*Name/initial*	*Guest Comment*	*Date*
1	KGB777	Lokasi dinilai kurang strategis, terdapat kebisingan pada malam hari, kualitas sarapan terbatas, meskipun fasilitas hotel dan harga masih dianggap sesuai.	*April* 2020
2	Erlina	Informasi dan pelayanan yang diberikan staf restoran tidak sesuai dengan harapan serta kurang profesional.	*November* 2024
3	Solly P	Staf dinilai kurang ramah, kurang sopan dalam berkomunikasi, dan kurang hati-hati dalam menangani barang tamu.	*December* 2025
4	Aif N	Hotel melakukan blokir pada *deposit card* yang terlalu lama (melebihi 2 hari), tidak transparan, dan tidak merespons melalui email maupun telepon, sehingga dianggap tidak terpercaya.	*May* 2026
5	Deniz	Pelayanan *front desk*, kebersihan kamar, dan kondisi fasilitas dinilai kurang baik sehingga memengaruhi kepuasan tamu selama menginap.	*January* 2025

Sumber : Tripadvisor.com

Berdasarkan Tabel 1 rangkuman *guest comment* menunjukkan adanya beberapa permasalahan yang berkaitan dengan pengalaman pelayanan, antara lain ketidaksesuaian informasi yang diberikan staf, sikap komunikasi yang dinilai kurang ramah dan profesional, keterlambatan dalam proses administrasi, kurangnya respons terhadap pertanyaan atau keluhan, serta permasalahan pada pelayanan *front desk*, kebersihan, dan fasilitas. Keluhan tersebut menunjukkan bahwa meskipun tingkat kepuasan tamu secara umum tergolong tinggi, masih terdapat pengalaman individual yang belum sepenuhnya memenuhi harapan. Fenomena tersebut menjadi penting karena kualitas pelayanan dalam industri perhotelan tidak hanya dinilai berdasarkan pencapaian rating secara keseluruhan, tetapi juga berdasarkan konsistensi pelayanan pada setiap titik interaksi dengan tamu. Selain itu, beberapa keluhan yang berkaitan dengan cara penyampaian informasi, keramahan, respons, dan sikap staf juga menunjukkan adanya aspek komunikasi interpersonal yang perlu diperhatikan.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan dengan kepuasan. Putra *et al.* (2022) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu pada *Front Office Department* di Sense Hotel Seminyak. Sipahutar *et al.* (2024) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, Diani (2022) menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Muslikhah *et al.* (2022) menemukan pengaruh positif dan signifikan komunikasi interpersonal *tour guide* terhadap kepuasan pengunjung. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan komunikasi

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 5, No. 2 Agustus 2026
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

interpersonal merupakan faktor yang relevan dalam menjelaskan kepuasan penerima layanan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan tamu di Hotel Fairfield by Marriott Bali Kuta Sunset Road. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu, mengetahui pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan tamu, serta menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal secara parsial dan simultan terhadap kepuasan tamu.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan tamu. Penelitian dilakukan di Fairfield by Marriott Bali Kuta Sunset Road, Badung, Bali. Populasi penelitian adalah tamu yang menginap di hotel tersebut, sedangkan sampel terdiri atas 150 responden yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu yang sedang menginap di Hotel Fairfield by Marriott Bali Kuta Sunset Road.

Data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan penyebaran kuesioner kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber pendukung yang relevan. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima tingkat. Variabel kualitas pelayanan diukur *melalui* keandalan (*reliability),* daya tanggap (*responsiveness),* jaminan (*assurance),* empati *(empathy),* dan wujud nyata *(tangibles).* Komunikasi interpersonal diukur melalui keterbukaan (*openness),* empati *(empathy),* dukungan (*support),* rasa positif (*positiveness),* dan kesamaan *(equality)*, sedangkan kepuasan tamu diukur melalui Harga (*price*), Pengalaman konsumen (*customer experience*), Hubungan emosional (*emotional connection*), Inovasi (*innovation*), Umpan balik dan ulasan (*feedback and review*). Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif dan regresi linear berganda. Sebelum pengujian hipotesis, instrumen diuji validitas dan reliabilitas serta dilakukan pengujian asumsi regresi. Pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap kepuasan tamu diuji menggunakan uji t, sedangkan pengaruh simultan diuji menggunakan uji F. Besarnya kontribusi variabel independen terhadap kepuasan tamu diketahui melalui koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Analisis statistik deskriptif

Kuesioner penelitian akan diuraikan persepsi dari responden terhadap variabel kualitas pelayanan, komunikasi interpersonal dan kepuasan tamu. Penilaian dilakukan dengan kuantitatif menggunakan skala interval dengan menggabungkan rata-rata nilai berdasarkan kategori penilaiannya, dengan menggunakan rumus interval kelas (Akbar, 2016). Berdasarkan hasil tabel data tanggapan responden yang dijawab oleh 150 orang dan nilai rata-ratanya dijabarkan seperti berikut.

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 5, No. 2 Agustus 2026
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

Tabel 2. Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	Kode	*Mean*	Kategori
Kepuasan Tamu	Y	3.48	Baik
Kualitas Pelayanan	X1	3.54	Baik
Komunikasi Interpersonal	X2	3.48	Baik

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dijumpai bahwa variabel kapuasan tamu (Y), kualitas pelayanan (X1), dan komunikasi interpersonal (X2) diperoleh nilai *mean* berututan sebesar 3.48, 3.45, dan 3.48. Hasil tersebut berada dikisaran angka 3,41 – 4,20 dengan kategori ”baik”, yang menunjukkan bahwa persepsi tamu terhadap ketiga variabel tersebut secara umum positif.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Kode Indikator	Koefisien Korelasi	Keterangan	*Alpha cronbach*	Keterangan
Kepuasan Tamu	Y1.1	0.922	Valid	0.952	Reliabel
	Y1.2	0.919	Valid		
	Y1.3	0.942	Valid		
	Y1.4	0.922	Valid		
	Y1.5	0.896	Valid		
Kualitas Pelayanan	X1.1	0.882	Valid	0.926	Reliabel
	X1.2	0.839	Valid		
	X1.3	0.879	Valid		
	X1.4	0.927	Valid		
	X1.5	0.878	Valid		
Komunikasi Interpersonal	X2.1	0.804	Valid	0.920	Reliabel
	X2.2	0.863	Valid		
	X2.3	0.889	Valid		
	X2.4	0.917	Valid		
	X2.5	0.884	Valid		

Tabel 3 menunjukkan seluruh indikator dalam penelitian ini memiliki nilai koefisien korelasi diatas 0,30 dan nilai *cronbach's alpha* di atas 0,60 yang berarti instrumen didalam penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel didalam mengukur variabel kepuasan tamu (Y), kualitas pelayanan (X1), dan komunikasi interpersonal (X2).

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 5, No. 2 Agustus 2026
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

3. Uji asumsi klasik

Tabel 4. Uji Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Variabel	Tolerance	VIF	Sig.
N	150	X1	.988	1.013	.629
Asymp. Sig. (2-tailed)	.084	X2	.988	1.013	.738

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov pada tabel 4 menunjukkan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0.084 > 0,05 maka data dapat dikatakan berdistribusi normal. Sehingga pengujian hipotesis dapat dilanjutkan. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai toleransi untuk variabel independen berada di atas 10% atau 0,1. Nilai VIF berada di bawah 10, sehingga dapat dikatakan tidak ada multikolinearitas di antara variabel independen dalam penelitian ini. Sementara hasil heteroskedastisitas terlihat bahwa keseluruhan data pada seluruh variabel lebih dari 0,05 menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.

4. Hasil Analisis dan Pembahasan

Tabel 5. Hasil Analisis Statistik antara Kualitas pelayanan (X_1), Komunikasi Interpersonal (X_2), terhadap Kepuasan Tamu (Y)

Variabel Terikat	Variabel Bebas	r (Parsial)	R (Berganda)	b	t_{hitung}	Sig.
Kepuasan Tamu (Y)	Kualitas pelayanan (X_1)	0.561	0.693	0.504	8.624	0,000
	Komunikasi interpersonal (X_2)	0.467		0.428	6.852	0,000

Konstanta = 1.110
Persamaan Regresi Y = 1.110+ 0.504X_1 + 0.428X_2
t_{tabel} (0,05 ; 148) = 1,65
F_{hitung} = 68.064
F_{tabel} (0,05 ; 2 ; 147) = 3,00
Sig. F = 0,000

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil analisis Tabel 5, maka persamaan regresi berganda dapat dihitung sebagai berikut: Y = 1.110+ 0.504X_1 + 0,428X_2. Hasil tersebut menunjukkan variabel independen kualitas pelayanan (X1) dan komunikasi interpersonal (X2), memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan tamu (Y).

Uji t dan Uji F

Hasil uji t pada tabel 5 menunjukkan nilai t_{hitung} pada kualitas pelayanan (X1) sebesar 8.624 (sig. 0,000) dan komunikasi interpersonal (X2) sebesar 6.852 (sig. 0,000) dimana kedua variabel tersebut memiliki signifikansi > 0,05 yang berarti kedua variabel tersebut menunjukkan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Sementara uji F menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 68.064 > nilai F_{tabel} sebesar 3,00 yang berarti terdapat pengaruh positif secara simultan antara kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan tamu.

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 5, No. 2 Agustus 2026
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

Analisis Determinasi Berganda

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.693[a]	.481	.474	2.70054

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan uji koefisien determinasi pada Tabel 6 di atas, diperoleh besarnya koefisien determinasi melalui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,474 atau 47,4%. Ini menunjukkan kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal secara simultan memberikan kontribusi naik turunnya kepuasan tamu sebesar 47.4% dan 52.6% disebabkan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Fairfield by Marriott Bali Kuta Sunset Road. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diterima tamu, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan.

Hasil tersebut dapat dipahami karena pengalaman tamu selama menginap terbentuk melalui berbagai aspek pelayanan, mulai dari kemampuan staf memberikan layanan sesuai kebutuhan, kecepatan merespons permintaan, kemampuan memberikan rasa aman, perhatian terhadap kebutuhan tamu, hingga kondisi fasilitas yang mendukung pelayanan. Dalam penelitian ini, dimensi responsiveness dan assurance memperoleh nilai rata-rata paling tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa daya tanggap dan kemampuan staf dalam memberikan pelayanan yang meyakinkan menjadi aspek yang relatif kuat dalam pengalaman pelayanan tamu.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Putra (2022) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu pada *Front Office Department* di Sense Hotel Seminyak. Hasil penelitian juga sejalan dengan Sipahutar *et al.* (2024) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan demikian, hasil penelitian memperkuat bukti bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk kepuasan tamu pada industri perhotelan. Dalam konteks Fairfield by Marriott Bali Kuta Sunset Road, peningkatan konsistensi pelayanan, khususnya dalam hal daya tanggap dan jaminan pelayanan, dapat menjadi aspek yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan.

Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan Tamu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Artinya, semakin efektif komunikasi yang dilakukan karyawan ketika berinteraksi dengan tamu, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa pelayanan hotel tidak hanya berkaitan dengan tindakan teknis dalam memenuhi kebutuhan tamu, tetapi juga dengan bagaimana karyawan berkomunikasi selama proses pelayanan. Penyampaian informasi yang jelas, kemampuan memahami kebutuhan tamu, sikap empati, pemberian dukungan, serta komunikasi yang positif dapat menciptakan pengalaman interaksi yang lebih baik.

Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA)
Vol. 5, No. 2 Agustus 2026
Available online at https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/jakadara/index
Research Article e-ISSN: 2963-0924

Dalam penelitian ini, dimensi openness dan equality memperoleh nilai rata-rata relatif tinggi, sedangkan empathy memperoleh nilai terendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat ruang untuk meningkatkan kemampuan karyawan dalam memahami kondisi dan kebutuhan tamu secara lebih empatik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Diani (2022) yang menemukan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini juga sejalan dengan Muslikhah *et al.* (2022) yang menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal tour guide berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Dengan demikian, komunikasi interpersonal dapat dipandang sebagai bagian penting dari proses pelayanan hotel. Kemampuan karyawan dalam membangun komunikasi yang terbuka, empatik, suportif, positif, dan setara dapat membantu menciptakan pengalaman interaksi yang lebih baik dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan tamu.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan Tamu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,474 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 47,4% variasi kepuasan tamu.

Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan tamu tidak hanya terbentuk dari kualitas pelayanan secara teknis, tetapi juga dari kualitas interaksi antara tamu dengan karyawan. Pelayanan yang cepat dan sesuai kebutuhan dapat memberikan pengalaman positif, tetapi pengalaman tersebut dapat menjadi kurang optimal apabila tidak disertai komunikasi yang jelas dan sikap yang baik. Sebaliknya, komunikasi yang baik juga perlu didukung oleh pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan tamu.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal secara bersama-sama dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam konteks Fairfield by Marriott Bali Kuta Sunset Road, temuan tersebut menjadi penting karena hotel melayani tamu dengan karakteristik dan ekspektasi yang beragam. Oleh karena itu, peningkatan kepuasan tamu perlu dilakukan melalui pendekatan yang tidak hanya berorientasi pada kualitas teknis pelayanan, tetapi juga pada kualitas interaksi interpersonal.

Nilai kontribusi sebesar 47,4% juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal merupakan faktor penting, tetapi bukan satu-satunya faktor yang menentukan kepuasan tamu. Masih terdapat 52,6% variasi kepuasan yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hal ini menunjukkan adanya peluang bagi penelitian selanjutnya untuk menguji faktor lain yang berkaitan dengan kepuasan tamu.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan secara parsial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Fairfield by Marriot Bali Kuta Sunset Road. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi b_1X_1 yang bernilai positif sebesar 0,504. Pengujian ini ditunjang dengan uji statistik t (*t – test*) yang menyatakan bahwa t_{hitung} sebesar 8.624 lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 1,65 yang berarti Ha diterima.

Research Article e-ISSN: 2963-0924

2. Komunikasi interpersonal secara parsial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Fairfield by Marriot Bali Kuta Sunset Road. Hal ini dapat dilihat dari koefisien regresi b_2X_2 yang bernilai positif sebesar 0.428. Pengujian ini ditunjang dengan uji statistik t (*t – test*) yang menyatakan bahwa t_{hitung} sebesar 6.852 lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel}, sebesar 1,65 yang berarti Ha diterima.
3. Secara simultan kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di Hotel Fairfield by Marriot Bali Kuta Sunset Road. Hal ini dibuktikan melalui analisis regresi berganda $Y = 1.110 + 0.504X_1 + 0.428X_2$ Selain itu, dipertegas dengan uji F (*F – test*) dimana F hitung sebesar 68.064 lebih besar dibandingkan dengan F tabel sebesar 3,00 yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Selain itu melalui analisis determinasi berganda diketahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal memberikan kontribusi 47.4% terhadap kepuasan tamu di Hotel Fairfield by Marriot Bali Kuta Sunset Road.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, F. (2016). Analisis Pengaruh Kebisingan Terhadap Produktivitas pada Proses Produksi di PG. Kremboong PT. Perkebunan Nusantara X (Persero). *Jurnal Teknik Mesin*, *4*(02), 91-98.

Anggraini, C., Ritonga, D. H., Kristina, L., Syam, M., & Kustiawan, W. (2022). Komunikasi interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, *1*(3), 337-342.

Diani, P., Basthoumi, M., & Dodi Kusuma Hadi S, D. O. D. I. (2022). *Peran Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan Pelanggan di Warung Bajak Laut Kediri*. Doctoral dissertation. UNP Kediri.

Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe ko. we. cok di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, *6*(1), 1-13.

Muslikhah, F. P., Ernawati, E., & Rizal, S. (2022). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Tour Guide Terhadap Kepuasan Pengunjung di Curug Cikuluwung. *Jurnal Kajian Islam Modern*, *8*(02), 21-34.

Putra, M. D. V., Armoni, N. L. E., & Sagitarini, L. L. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Front Office Department Terhadap Kepuasan Tamu di Sense Hotel Seminyak*. Doctoral dissertation. Politeknik Negeri Bali.

Sipahutar, S. E., Fatimah, Z., & Lubis, A. L. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasaan Tamu di Davienna Boutique Hotel. *Jurnal Media Bina Ilmiah*, *19*(3), 4161-4172.