

PENGARUH KETERAMPILAN KOMUNIKASI STAF KANTOR DEPAN TERHADAP KEPUASAN TAMU DAN MINAT KUNJUNGAN KEMBALI

THE EFFECTS OF COMMUNICATION SKILLS OF FRONT OFFICE STAFF TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION AND REVISIT INTENTION

Leony Cahyadi¹⁾, Sisilia Chelsye Parera²⁾, Kevin Gustian Yulius^{3)*}, Charity Leticia Jonathan⁴⁾,
Jennifer Fabianto⁵⁾

¹⁾Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Universitas Pelita Harapan

²⁾Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Universitas Pelita Harapan

³⁾Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Universitas Pelita Harapan

⁴⁾Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Universitas Pelita Harapan

⁵⁾Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Universitas Pelita Harapan

Diajukan Oktober 2024 / Disetujui November 2024

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak keterampilan komunikasi staf *front office* terhadap kepuasan pelanggan serta niat untuk kembali menginap di hotel bintang empat di Tangerang Selatan, dengan fokus keterampilan komunikasi yang meliputi aspek komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner terstruktur yang disebarluaskan kepada 200 pelanggan pada salah satu hotel bintang empat di Tangerang Selatan. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *stratified random* sampling untuk memastikan *representatives* di berbagai demografi hotel. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS, dengan menerapkan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk menilai hubungan antara keterampilan komunikasi dengan kepuasan pelanggan. Hasil empiris menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara keterampilan komunikasi karyawan kantor depan dengan tingkat kepuasan pelanggan. Secara khusus, baik komunikasi verbal maupun nonverbal terbukti meningkatkan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan, yang mengarah pada niat yang lebih tinggi untuk kembali menginap di hotel. Hal ini mengindikasikan bahwa manajemen hotel perlu memprioritaskan pelatihan dan pengembangan keterampilan komunikasi bagi karyawan kantor depan. Artikel ini memberikan kontribusi terhadap literatur yang ada dengan menyajikan bukti empiris tentang peran penting keterampilan komunikasi dalam industri perhotelan. Selain itu, artikel ini menawarkan wawasan praktis bagi manajer hotel yang ingin meningkatkan kepuasan dan retensi pelanggan melalui peningkatan komunikasi staf, dengan menyoroti kebaruan dalam fokus pada elemen verbal dan nonverbal dalam konteks budaya tertentu. Implementasi program pelatihan yang terarah khususnya terhadap kemampuan komunikasi karyawan kantor depan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan, sehingga mendorong loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kantor Depan, Keterampilan Komunikasi, Kepuasan Pelanggan, Minat Kunjungan Kembali

*Korespondensi Penulis:

E-mail: kevin.yulius@uph.edu

Abstract

This study aims to analyze the impact of front office staff communication skills on customer satisfaction and the intention to return to four-star hotels in South Tangerang, focusing on communication skills that encompass both verbal and non-verbal communication aspects. The research employs a quantitative design, collecting data through a structured questionnaire distributed to 200 customers at one of the four-star hotels in South Tangerang. The sampling technique used is stratified random sampling to ensure representativeness across various hotel demographics. The collected data are then analyzed using SmartPLS software, applying Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) to assess the relationship between communication skills and customer satisfaction. Empirical results indicate a significant positive relationship between front office employees' communication skills and customer satisfaction levels. Specifically, both verbal and nonverbal communication have been shown to enhance customer perceptions of service quality, leading to a higher intention to return to the hotel. This suggests that hotel management should prioritize training and development of communication skills for front office staff. This article contributes to the existing literature by providing empirical evidence regarding the crucial role of communication skills in the hospitality industry. Additionally, it offers practical insights for hotel managers seeking to improve customer satisfaction and retention through enhanced staff communication, highlighting the novelty in focusing on both verbal and nonverbal elements within a specific cultural context. Implementing targeted training programs, particularly aimed at improving front office employees' communication abilities, can enhance overall service quality and customer satisfaction, thereby fostering customer loyalty.

Keywords: *Front Office, Communication Skills, Customer Satisfaction, Revisit Intention*

Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang menunjukkan perkembangan yang positif sebagaimana yang dilaporkan oleh World Tourism Barometer (UNWTO Barometer Tourism, 2024) Berdasarkan (WTC), kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB Global sebesar 9,1 % dimana terjadi peningkatan 23,2% dari tahun 2022 dan hanya berada 4,1% di bawah level sebelum pandemik yaitu 2019. Menurut statistik yang dirilis (BPS, 2022), sektor pariwisata berkontribusi sekitar 4,2% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2021, yang terus meningkat setelah melewati pandemik Covid-19. Pernyataan tersebut selaras dengan penerimaan nilai devisa pariwisata Indonesia pada tahun 2023, mencapai US\$6,08 miliar (Kemenparekraf, 2023).

Sektor Pariwisata didukung oleh berbagai industri salah satunya adalah Industri perhotelan (BPS, 2023). Pada tahun 2022, seiring dengan meredanya pandemi, jumlah usaha di sektor jasa akomodasi mengalami pertumbuhan yang signifikan, dengan peningkatan sebesar 4,32 persen. Pertumbuhan akomodasi yang semakin pesat, salah satunya terjadi di Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten. Kota Tangerang Selatan sebagai kota cerdas dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat, menarik wisatawan bisnis, terutama di hotel-hotel seperti Mercure dan Sahid Serpong (Lubis et al., 2018). Wisatawan bisnis mengutamakan kenyamanan, termasuk transportasi yang dapat diandalkan, layanan cepat, dan akomodasi berkualitas tinggi (Camilleri, 2018). Dalam industri perhotelan, kepuasan pengunjung dan niat untuk kembali menginap merupakan faktor yang sangat penting. Karyawan kantor depan, khususnya yang bekerja di meja resepsionis, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengalaman pelanggan, yang berdampak pada tingkat kepuasan tamu (Högnäs, 2015; B. N. Viet et al., 2020).

Kepuasan tamu adalah ukuran seberapa bahagia atau puas tamu dengan pengalaman mereka di hotel atau kualitas pelayanan yang mereka terima (Jawabreh et al., 2022). Kepuasan tamu sering kali dipengaruhi oleh perhatian khusus dan komunikasi yang efektif dari staf terhadap tamu, karena tamu akan merasa diperhatikan oleh hotel jika kebutuhan dan kekhawatiran mereka ditangani dengan baik oleh staf (Haeruddin et al., 2022). Komunikasi yang efektif oleh staf kantor depan, yang mencakup bahasa verbal, bahasa tubuh, sensitivitas budaya, dan keterampilan menangani tamu, sangat penting

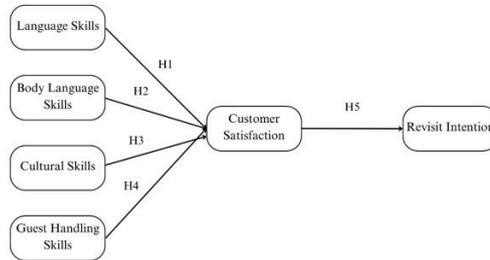
dalam industri perhotelan (Sayin & Karaman, 2020). Di era budaya yang heterogen saat ini, kecerdasan budaya menjadi elemen kunci dalam interaksi layanan (Hosseini & Allahyari, 2016). Menariknya, penelitian menunjukkan bahwa bahasa tubuh menyumbang 65% dari komunikasi, menjadikannya metode yang efektif untuk menyampaikan emosi dan sinyal dalam konteks layanan (Kafa, 2021).

Kemampuan dalam menangani tamu juga memiliki peranan signifikan dalam menciptakan pengalaman dan kepuasan pelanggan (Aybar et al., 2018; Albattat et al., 2016). Penanganan keluhan dengan baik dapat mengubah pengalaman yang kurang memuaskan menjadi positif, meninggalkan kesan yang baik di benak pelanggan (Albattat et al., 2016). Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini diusulkan untuk mengkaji pengaruh keterampilan komunikasi staf kantor depan terhadap kepuasan pelanggan dan niat untuk kembali menginap di hotel bintang empat di Tangerang Selatan. Keterampilan menangani tamu juga sangat signifikan dalam hal pengalaman dan kepuasan pelanggan (Aybar et al., 2018; Albattat et al., 2016). Penanganan keluhan yang baik dapat mengubah pengalaman yang buruk menjadi positif, meninggalkan kesan yang baik (Albattat et al., 2016). Untuk lebih memahami dinamika ini, penelitian yang diusulkan akan mengkaji pengaruh keterampilan komunikasi kantor depan terhadap kepuasan pelanggan dan niat untuk kembali di hotel bintang empat di Tangerang Selatan. Selain itu, artikel ini diharapkan dapat wawasan praktis bagi manajer hotel yang ingin meningkatkan kepuasan dan retensi pelanggan melalui peningkatan komunikasi staf, dengan menyoroti kebaruan dalam fokus pada elemen verbal dan nonverbal dalam konteks budaya tertentu. Implementasi program pelatihan yang terarah khususnya terhadap kemampuan komunikasi karyawan kantor depan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan, sehingga mendorong loyalitas pelanggan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk secara sistematis mengevaluasi dan memahami faktor-faktor yang berkontribusi terhadap fenomena tertentu, dengan penekanan pada penentuan penyebab terjadinya fenomena tersebut. Penelitian ini secara khusus berupaya mengeksplorasi pengaruh keterampilan komunikasi karyawan kantor depan terhadap kepuasan pelanggan, dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data utama. Metode ini dipilih karena sesuai untuk menyelidiki hubungan antar variabel dan mengidentifikasi komponen penyebab fenomena. Data yang digunakan untuk pengujian hipotesis bersifat *cross-sectional*, yang dikumpulkan dari populasi dalam periode waktu tertentu (Sekaran dan Bougie, 2016), yaitu antara September hingga Oktober 2023. Penelitian ini didefinisikan sebagai studi kasus, yang merupakan pendekatan penelitian mendalam untuk mengumpulkan data yang komprehensif dan informasi akurat mengenai fenomena atau topik penelitian, dalam hal ini, pengalaman pelanggan di hotel bintang empat di South Tangerang (Creswell & Creswell, 2018). Lingkungan yang nyata dipilih untuk memastikan pengumpulan data autentik dari konsumen yang telah menginap di hotel-hotel tersebut. Unit analisis yang fokus pada analisis data individu sesuai dengan kebutuhan penelitian akan informasi pada tingkat individu. *Sampling purposif* diterapkan, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria khusus yang ditetapkan oleh peneliti, sehingga menghasilkan sampel yang terfokus dan representatif. Responden dalam penelitian ini adalah orang dewasa berusia 21 hingga 60 tahun yang telah menginap di hotel bintang empat di South Tangerang dalam setahun terakhir dan berdomisili di wilayah megapolitan Jakarta (Vehovar et al., 2016).

Bagan 1
Conceptual Framework



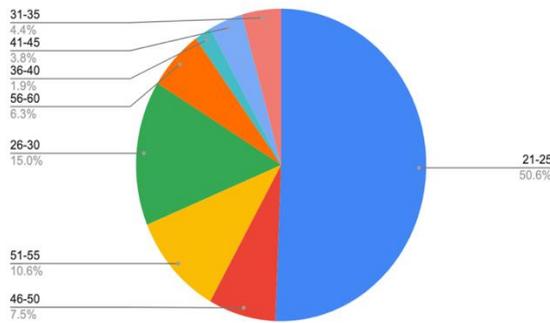
Source: Adapted from Jawabreh et al., (2022)

Hasil Dan Pembahasan

Hasil dan Diskusi Profil Responden

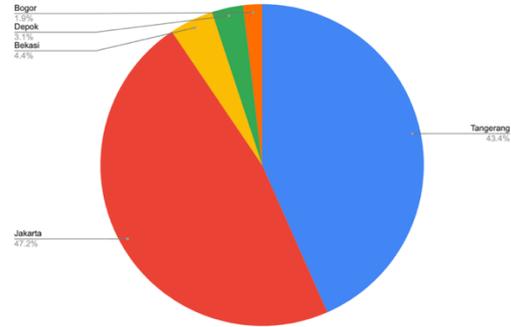
Profil responden yang diambil digunakan untuk menjelaskan karakteristik demografis dari responden dalam penelitian ini guna menghasilkan analisis yang mendalam, terkait karakteristik responden, yang diambil dari 160 responden.

Bagan 2
 Usia Pelanggan



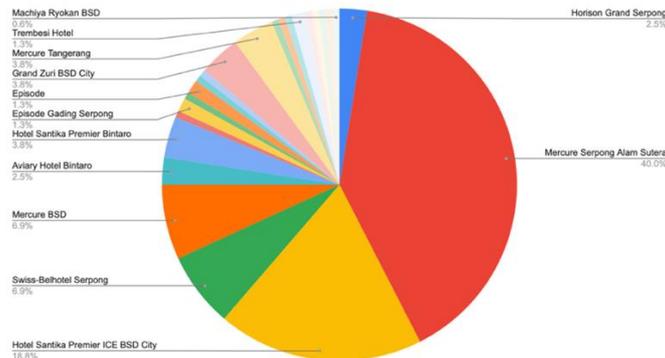
Sumber: Data Olahan (2023)

Bagan 3
 Domisili Pelanggan



Sumber: Data Olahan (2023)

Bagan 4
 Akomodasi yang ditempati



Sumber: Data Olahan (2023)

Berdasarkan data analisis demografis menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada dalam rentang usia 21-25 tahun, yang mencakup 50,6% dari total peserta. Secara geografis, responden sebagian besar berasal dari wilayah JABODETABEK. Secara mencolok, Mercure Serpong Alam Sutera muncul sebagai hotel yang paling banyak dikunjungi di antara responden, dengan persentase yang signifikan sebesar 40,0% dari total. Diikuti dengan Hotel Santika Premiere ICE BSD City yang menjadi pilihan kedua dengan 18,8%, dan Mercure BSD yang berada di posisi ketiga dengan 6,9%. Terlihat bahwa Mercure memiliki persentase pengunjung tertinggi karena merupakan hotel bintang empat internasional. Secara khusus, kedekatan Mercure Serpong Alam Sutera dengan Flavor Bliss, sebuah lokasi yang terkenal dengan beragam restoran populer, serta jaraknya yang dekat dengan Omni Hospital dan Living World Mall, memberikan kontribusi pada keuntungan strategisnya. Oleh karena itu, posisi ini kemungkinan akan dipersepsikan secara positif oleh tamu yang mencari pengalaman perhotelan yang terjangkau dan nyaman.

Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan hasil dari penyajian data yang memberikan penjelasan dan deskripsi mendalam tentang objek penelitian. Tujuan utama dari analisis deskriptif adalah untuk melakukan analisis yang komprehensif terhadap objek penelitian (Sugiyono, 2017).

Tabel 1
Hasil Deskripsi Analisis

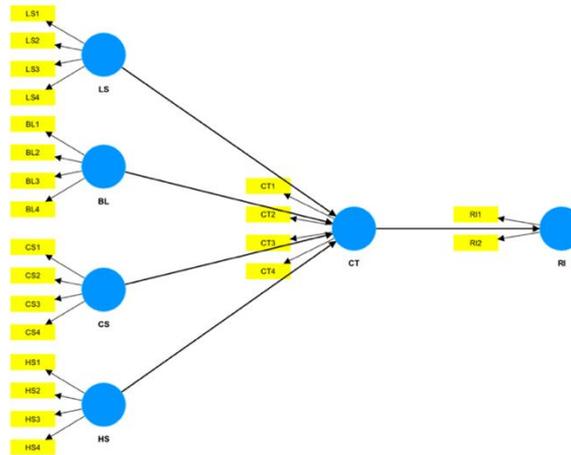
Variabel	n	Min	Max	Rata-rata
Keterampilan Bahasa (Verbal)	160	1	5	4.372
Komunikasi non Verbal	160	1	5	4.252
Keterampilan Budaya	160	1.5	5	3.989
Penanganan	160	1.25	5	4.209
Kepuasan Pelanggan	160	1	5	4.386
Niat Kunjungan kembali (Loyalitas Pelanggan)	160	1	5	3.735

Sumber: Data Olahan (2023)

Tabel 1 menunjukkan nilai minimum, maksimum, dan rata-rata dari indikator yang mengukur masing-masing variabel. Variabel pertama adalah keterampilan bahasa, yang memiliki rata-rata 4.372, menunjukkan bahwa responden memiliki pandangan positif terhadap keterampilan bahasa staf front office di hotel bintang empat di South Tangerang. Variabel kedua, yaitu keterampilan bahasa tubuh, memiliki rata-rata 4.252, yang menunjukkan bahwa staf front office memiliki keterampilan bahasa tubuh yang sangat baik. Variabel ketiga adalah keterampilan budaya, dengan rata-rata 3.989, menunjukkan bahwa staf front office memiliki keterampilan budaya yang baik. Untuk keterampilan penanganan, rata-rata nilai adalah 4.209, yang menunjukkan bahwa keterampilan penanganan staf front office di hotel bintang empat di South Tangerang sangat baik. Variabel kelima adalah kepuasan pelanggan, dengan rata-rata 4.386. Nilai ini menunjukkan bahwa responden merasa puas dengan keterampilan komunikasi staf front office di hotel bintang empat di South Tangerang. Terakhir, untuk niat kunjungan kembali, nilai niat kunjungan kembali responden adalah 3.735, yang menunjukkan bahwa nilainya baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki kemungkinan untuk mengunjungi kembali hotel tersebut.

Bagan 5

Kerangka Teoritis



Sumber: Data Olahan (2023)

a. Outer model analysis
i. Validity test

Uji validitas mengevaluasi ketepatan dan keabsahan suatu indikator dalam mengukur variabel laten yang bersangkutan. Uji ini juga menentukan apakah skala secara akurat mengukur konsep yang dirancang untuk diukur (Kante et al., 2018). Terdapat dua komponen dalam uji validitas ini, yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen didefinisikan sebagai sejauh mana item-item konsep tertentu saling tumpang tindih dalam hal item yang mengevaluasi konstruk lain. Uji ini menentukan apakah suatu item mengukur konstruk yang dimaksud dengan membagi total varians yang ditangkap oleh konstruk tersebut dengan varians pengukuran. Hasilnya adalah persentase variasi yang ditangkap oleh suatu konstruk (Kante et al., 2018). Sementara itu, validitas diskriminan memeriksa apakah item-item tersebut tidak secara tidak sengaja mengukur hal lain. Validitas ini menggambarkan sejauh mana pengukuran dari berbagai struktur berbeda satu sama lain (Kante et al., 2018).

Tabel 2

Loading Factor and AVE results

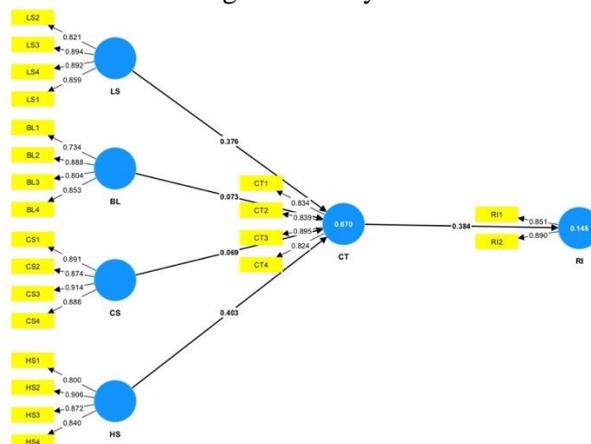
Indicator	Loading Factor	AVE	Results
Body Language			
BL1	0.734	0.675	Valid
BL2	0.888		Valid
BL3	0.804		Valid
BL4	0.853		Valid
Cultural Skills			
CS1	0.891	0.796	Valid
CS2	0.874		Valid
CS3	0.914		Valid
CS4	0.888		Valid
Customer Satisfaction			
CT1	0.834	0.720	Valid
CT2	0.839		Valid
CT3	0.895		Valid
CT4	0.824		Valid

Indicator	Loading Factor	AVE	Results
Handling Skills			
HS1	0.800	0.732	Valid
HS2	0.906		Valid
HS3	0.872		Valid
HS4	0.840		Valid
Language skills			
LS1	0.859	0.752	Valid
LS2	0.821		Valid
LS3	0.894		Valid
LS4	0.892		Valid
Revisit Intention			
RI1	0.851	0.758	Valid
RI2	0.890		Valid

Sumber: Data Olahan (2023)

Rata-rata varians yang diekstrak (*Average Variance Extracted, AVE*) adalah metrik yang sering digunakan untuk menunjukkan validitas konvergen pada tingkat konstruk, yaitu sejauh mana suatu pengukuran berkorelasi positif dengan pengukuran lain dari konstruk yang sama. Komunalisme dari suatu konstruk sama dengan AVE. Untuk menunjukkan validitas diskriminan, nilai rata-rata varians yang diekstrak (AVE) harus lebih besar daripada kuadrat korelasi antara variabel laten (Venturini & Mehmetoglu, 2019). Dalam rangka mengevaluasi validitas konvergen, rata-rata varians yang diekstrak (AVE) dihitung, yang merupakan variasi rata-rata dalam variabel indikator yang dijelaskan oleh suatu konstruk. Validitas konvergen akan terverifikasi jika AVE lebih besar dari atau sama dengan 0,5 (Youssef et al., 2023).

Figure 6
 Convergent Validity Results



Sumber: Data Olahan (2023)

Tabel dan grafik di atas menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai *Loading Factor* lebih dari 0,700, yang menandakan validitasnya. Selain itu, nilai Average Variance Extracted (AVE) untuk setiap variabel melebihi 0,500, yang memastikan keabsahan pengukurannya. Hasil dari uji AVE dan loading factor ini menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini mampu mengukur variabel-variabel dasar secara akurat.

Tabel 3
Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations

Variable	BL	CS	CT	HS	LS	RI
BL						
CS	0.758					
CT	0.790	0.676				
HS	0.865	0.754	0.860			
LS	0.809	0.624	0.828	0.741		
RI	0.476	0.400	0.494	0.550	0.394	

Sumber: Data Olahan (2023)

Evaluasi validitas diskriminan sangat penting saat menganalisis korelasi antara variabel laten dalam model PLS-SEM. Untuk memastikan bahwa hubungan dalam model teoretis adalah asli dan bukan hasil dari inkonsistensi statistik, validitas diskriminan harus dibuktikan (Jain et al., 2019). Metode tradisional untuk mengevaluasi validitas diskriminan meliputi (i) *cross-loading parsial* dan (ii) kriteria Fornell-Larcker. Namun, dalam banyak situasi penelitian, teknik-teknik ini sering kali kurang efektif dalam mendeteksi ketiadaan validitas diskriminan. Oleh karena itu, disarankan untuk menggunakan pendekatan alternatif berdasarkan matriks multitrait-multimethod, yang dikenal sebagai rasio heterotrait-monotrait (HTMT). Batas konservatif untuk nilai HTMT adalah maksimum 0,85 (Jain et al., 2019). Pada tabel di atas, terlihat bahwa beberapa nilai melampaui batas ini, sementara sebagian besar tetap di bawahnya, yang mengindikasikan bahwa validitas diskriminan dalam model ini belum sepenuhnya terpenuhi.

Tabel 3
Discriminant Validity Results (Cross Loading)

Variable	BL	CS	CT	HS	LS	RI
BL1	0.734	0.367	0.385	0.451	0.423	0.234
BL2	0.888	0.573	0.607	0.647	0.639	0.242
BL3	0.804	0.635	0.607	0.700	0.557	0.330
BL4	0.853	0.611	0.630	0.642	0.686	0.383
CS1	0.565	0.891	0.514	0.548	0.424	0.322
CS2	0.598	0.874	0.564	0.639	0.543	0.289
CS3	0.621	0.914	0.543	0.598	0.518	0.272

CS4	0.648	0.888	0.528	0.620	0.522	0.259
CT1	0.565	0.536	0.834	0.700	0.601	0.337
CT2	0.519	0.511	0.839	0.609	0.556	0.261
CT3	0.592	0.448	0.895	0.616	0.659	0.379
CT4	0.671	0.553	0.824	0.622	0.658	0.320
HS1	0.569	0.616	0.629	0.800	0.570	0.235
HS2	0.665	0.590	0.655	0.906	0.599	0.461
HS3	0.685	0.550	0.662	0.872	0.595	0.372
HS4	0.665	0.556	0.624	0.840	0.475	0.392
LS1	0.577	0.475	0.607	0.579	0.859	0.230
LS2	0.582	0.497	0.601	0.518	0.821	0.176
LS3	0.656	0.505	0.653	0.575	0.894	0.368
LS4	0.662	0.482	0.673	0.599	0.892	0.305
RI1	0.297	0.226	0.310	0.350	0.214	0.851
RI2	0.340	0.324	0.357	0.393	0.326	0.890

Sumber: Data Olahan (2023)

Tabel validitas diskriminan di atas menunjukkan bahwa nilai korelasi berada di bawah 0,900, yang mengindikasikan tidak adanya korelasi signifikan antara variabel-variabel tersebut. Ketiadaan asosiasi yang kuat, sebagaimana tercermin dari nilai di bawah 0,900, menunjukkan perbedaan yang jelas dalam aspek dan konstruksi antarvariabel. Oleh karena itu, kriteria untuk validitas diskriminan dianggap telah terpenuhi.

ii. Uji Realibitas

Reliabilitas adalah uji statistik yang menganalisis konsistensi instrumen pengumpulan data, dalam hal ini kuesioner, berdasarkan keseragaman jawaban selama periode penelitian, sebagaimana dinyatakan oleh Afthanorhan et al. (2020). Untuk mengukur ini secara akurat, Kante et al. (2018) menyetujui bahwa kriteria tradisional dalam menilai reliabilitas konsistensi adalah menggunakan Cronbach's Alpha.

Tabel 4
Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Variable	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Result
Body Language (BL)	0.840	0.860	Reliable

Cultural Skills (CS)	0.914	0.915	Reliable
Customer Satisfaction (CT)	0.870	0.872	Reliable
Handling Skills	0.877	0.878	Reliable
Language Skills (LS)	0.890	0.892	Reliable
Revisit Intention (RI)	0.682	0.691	Reliable

Sumber: Data Olahan (2023)

Tabel di atas menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini memiliki nilai koefisien Cronbach's Alpha di atas 0,700, kecuali untuk variabel Niat Kunjungan Ulang (Revisit Intention/RI). Nilai tersebut menunjukkan bahwa semua variabel memiliki tingkat reliabilitas yang baik, meskipun ada dua nilai yang tampak sebagai pencilan karena hampir 0,210 lebih rendah dari data lainnya. Namun, nilai tersebut masih dianggap reliabel, karena menurut Hamid et al. (2017), nilai reliabilitas komposit/Cronbach's Alpha antara 0,60 hingga 0,70 masih dapat diterima.

b. Analisis Inner Model

Inner model, atau dikenal juga sebagai model struktural, adalah analisis hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian (J. Hair et al., 2022). Analisis inner model mencakup tiga jenis analisis, yaitu analisis determinan koefisien, uji kolinearitas, dan uji koefisien jalur.

i. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi adalah analisis yang menunjukkan seberapa baik variabel independen dalam model menjelaskan variasi pada variabel dependen (Peterson & Ozili, 2022). Koefisien determinasi dapat dianalisis melalui nilai R Square. Nilai R Square sebesar 0,75, 0,50, dan 0,25 masing-masing dapat dianggap sebagai kategori kuat, moderat, dan lemah (Peterson & Ozili, 2022).

Tabel 5
 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Variable	R² Value	Category
Customer Satisfaction	0.662	Moderate
Revisit Intention	0.142	Weak

Sumber: Data Olahan (2023)

Tabel 5 menunjukkan bahwa semua variabel dalam model memengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,662 atau 66,2%, yang termasuk dalam kategori moderat. Sisanya, yaitu 33,8%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, seperti kualitas layanan, harga, dan fasilitas (Fernando, 2019).

Tabel 5 juga menunjukkan bahwa variabel dalam model memiliki pengaruh sebesar 0,142 atau 14,2% terhadap niat kunjungan ulang, yang termasuk dalam kategori lemah. Nilai R² yang rendah ini mungkin disebabkan oleh faktor lain di luar kepuasan tamu. Pertama, citra destinasi memiliki pengaruh terhadap niat kunjungan ulang ke hotel. Citra destinasi adalah persepsi individu tentang suatu lokasi tertentu. Ketika lokasi memiliki citra destinasi yang

positif, hal ini dapat berdampak positif terhadap niat kunjungan ulang ke hotel di area tersebut (B. Viet et al., 2020).

Selain itu, promosi yang tepat oleh hotel juga berpengaruh positif pada niat kunjungan ulang. Promosi didefinisikan sebagai aktivitas pemasaran yang mendorong permintaan terhadap bisnis (Jaya et al., 2020). Dengan promosi yang sesuai, tamu akan lebih terdorong untuk kembali menginap di hotel di masa mendatang (Jaya et al., 2020).

ii. Uji Kolinearitas

Kolinearitas merujuk pada adanya hubungan yang erat dan kuat antara dua atau lebih variabel prediktor (Wilcox, 2021). Uji kolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF atau Variance Inflation Factor. VIF menunjukkan seberapa besar varians dari koefisien regresi yang diperkirakan meningkat ketika variabel prediktor saling berkorelasi (Marcoulides & Raykov, 2019). Jika nilai VIF lebih dari 5, maka terdapat masalah kolinearitas antarvariabel. Namun, jika nilai VIF berada di bawah 5, maka tidak ada masalah kolinearitas dalam penelitian ini (J. Hair et al., 2022). Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa semua nilai VIF berada di bawah 5. Dengan demikian, tidak ada masalah kolinearitas dalam penelitian ini.

iii. Uji Koefisien Jalur

Uji koefisien jalur, yang juga dikenal sebagai uji hipotesis, adalah uji statistik untuk menentukan hubungan atau pengaruh antarvariabel dalam penelitian. Suatu variabel dinyatakan memiliki pengaruh signifikan jika nilai T-Statistic lebih dari 1,65 dan nilai P lebih kecil dari 0,05 (Ghozali, 2016). Untuk mengetahui apakah pengaruh tersebut positif atau negatif, dilihat dari data sampel asli. Jika nilai sampel asli berada antara $-1 < 0$, maka pengaruhnya negatif; namun, jika nilai berada antara $0 < 1$, maka pengaruhnya positif (Ghozali, 2016).

Tabel 6
Hasil Analisis Koefisien Jalur

Variable	Original Sample	T - Statistic	P - Value	Description
LS → CT	0.376	5.048	0.000	Significant
BL → CT	0.073	0.812	0.417	Not Significant
CS → CT	0.069	0.987	0.323	Not Significant
HS → CT	0.403	5.500	0.000	Significant
CT → RI	0.384	5.288	0.000	Significant

Sumber: Data Olahan (2023)

H1: Keterampilan bahasa memiliki pengaruh signifikan terhadap niat kunjungan ulang pada hotel bintang empat di Tangerang Selatan. Uji koefisien jalur menunjukkan hubungan yang signifikan dan positif (T -statistik = 5,048, P -value = 0,000, data sampel asli = 0,376). Menurut Erazo et al. (2019) dan Ghahremani (2022), persepsi positif responden terhadap keterampilan bahasa memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan.

H2: Keterampilan bahasa tubuh memiliki pengaruh signifikan terhadap niat kunjungan ulang pada hotel bintang empat di Tangerang Selatan. Nilai T -statistik (0,812) dan P -value (0,417) menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan, meskipun data sampel asli (0,073) menunjukkan dampak positif. Hasil ini berbeda dengan temuan Nese (2021) tetapi konsisten dengan variasi ukuran sampel, lokasi, dan waktu penelitian oleh Jawabreh et al. (2022).

H3: Keterampilan budaya memiliki pengaruh signifikan terhadap niat kunjungan ulang pada hotel bintang empat di Tangerang Selatan. Nilai T -statistik (0,987) dan P -value (0,323) menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan, meskipun data sampel asli (0,069) menunjukkan pengaruh positif. Grobelna (2015) menekankan pentingnya kesadaran budaya, namun kurangnya perbedaan budaya di antara responden dari wilayah JABODETABEK menghasilkan hasil yang tidak signifikan.

H4: Keterampilan penanganan tamu memiliki pengaruh signifikan terhadap niat kunjungan ulang pada hotel bintang empat di Tangerang Selatan. Uji koefisien jalur menunjukkan hubungan yang signifikan dan positif (T -statistik = 5,500, P -value = 0,000, data sampel asli = 0,403). Hasil ini sejalan dengan temuan Magatef et al. (2019) dan Rahadi & Yusup (2020), yang menemukan bahwa keterampilan penanganan tamu memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan.

H5: Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat kunjungan ulang pada hotel bintang empat di Tangerang Selatan. Uji koefisien jalur menunjukkan hubungan yang signifikan dan positif (T -statistik = 5,288, P -value = 0,000, data sampel asli = 0,384). Hubungan kausal ini konsisten dengan Ugwuanyi et al. (2021) dan Nazarian et al. (2023), yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan yang baik mengarah pada niat kunjungan ulang yang positif.

Simpulan

Penelitian ini mereplikasi studi Jawabreh et al. (2022) tentang kepuasan pelanggan di hotel bintang lima di Aqaba, dengan beberapa perubahan, seperti penambahan variabel "niat kunjungan ulang," perubahan lokasi penelitian ke Tangerang Selatan, dan fokus pada hotel bintang empat. Penelitian ini mengembangkan lima hipotesis untuk menguji keterampilan bahasa, keterampilan bahasa tubuh, keterampilan budaya, dan kemampuan manajemen tamu serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan dan niat kunjungan ulang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterampilan bahasa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sebagaimana dilaporkan oleh Jawabreh et al. dan didukung oleh Ahmad et al. (2021), Sung & Park (2021), dan Fan et al. (2023). Berbeda dengan studi asli, keterampilan bahasa tubuh tidak memiliki pengaruh pada kepuasan konsumen. Namun, beberapa efek tetap diakui, seperti yang disebutkan oleh Sung et al. (2021) dan Yoon et al. (2016).

Dalam penelitian ini, keterampilan budaya tidak memiliki pengaruh yang signifikan, sejalan dengan kurangnya signifikansi keterampilan bahasa tubuh. Temuan ini konsisten dengan hasil Viet et al. (2020) dan Fan et al. (2023). Keterampilan manajemen tamu memiliki dampak yang cukup besar terhadap

kepuasan, seperti yang ditunjukkan oleh Jawabreh et al. dan didukung oleh Alenxandro et al. (2021) dan Martyn , et al (2018).

Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat kunjungan ulang, sebagaimana ditunjukkan oleh Ugwuanyi et al. (2021), Viet et al. (2020), dan Sung & Park (2021). Studi ini menekankan nilai praktis bagi hotel bintang empat, mendorong perhatian berkelanjutan pada keterampilan bahasa, bahasa tubuh, kemampuan budaya, dan keterampilan penanganan tamu untuk meningkatkan kepuasan dan niat kunjungan ulang pengunjung, sehingga berkontribusi pada pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

Daftar Pustaka

- Albattat, A., Nurfateha, A. A., Nurul, A. A., & Razali, I. (2016, December). The Impact of Complaint Handling on Customer Satisfaction in Budget Hotels. *Social Sciences Postgraduate International Seminar*.
- Albayrak, T. (2019). The inclusion of competitor information in the three-factor theory of customer satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(4), 1924–1936. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2018-0239>
- Albayrak, T., & Caber, M. (2015). Prioritisation of the hotel attributes according to their influence on satisfaction: A comparison of two techniques. *Tourism Management*, 46, 43–50. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.06.009>
- BPS, B. P. S. (2022). *STATISTIK HOTEL DAN AKOMODASI LAINNYA DI INDONESIA HOTEL AND OTHER ACCOMMODATION STATISTICS IN INDONESIA*.
- Creswell, J. W., & Creswell. J.D. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Approach* (5th ed.). SAGE Publications.
- Erazo, M., Ramrez, S., Encalada, M., Holguin, J., & Zui, J. (2019). *English Language Skills Required by the Hospitality and Tourism Sector in El Oro, Ecuador*. 9(2).
- Fernando, W. (2019). Factors Associated With Customer Satisfaction Towards Customer Loyalty Among Star Grade Hotels. *Journal of Asian Business Strategy*, 9(2).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gössling, S., & Lund-Durlacher, D. (2021). Tourist accommodation, climate change and mitigation: An assessment for Austria. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 34. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2021.100367>
- Grobelna, A. (2015b). Intercultural Challenges Facing the Hospitality Industry. Implications for Education and Hospitality Management. *Journal of Intercultural Management*, 101–117.
- Hair, J., Hult, T., Ringle, C., Sarstedt, M., Danks, N., & Ray, S. (2022). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*.
- Jawabreh, O., Masa' Deh, R., Fayoumi, T. A., & Bareya, A. (2022). CUSTOMER SATISFACTION TOWARDS COMMUNICATION SKILLS OF FRONT OFFICE STAFF AT THE HOTEL (CASE STUDY FIVE STARS HOTELS IN AQABA). *Journal of Tourism and Geosites*, 44.

- Kante, M., Kipchumba Chepken, C., & Oboko, R. (2018). Partial Least Square Structural Equation Modelling ' use in Information Systems : an updated guideline of practices in exploratory settings. *Kabarak Journal of Research & Innovation* , 6(1).
- Kemenparekraf. (2023). Outlook Pariwisata Kementerian Pariwisata Ekonomi Kreatif.
- Magatef, S., Momani, R., & Altrjman, G. (2019). The Evaluation of Complaint Handling Processes in Five Star Hotels and its Reflection on Customers' Satisfaction. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(2).
- Marcoulides, K., & Raykov, T. (2019). *Evaluation of Variance Inflation Factors in Regression Models Using Latent Variable Modeling Methods*. 79(5).
- Nazarian, A., Shabankareh, M., Ranjbaran, A., Sadeghilar, N., & Atkinson, P. (2023a).
- Peterson, K., & Ozili. (2022). The acceptabel R-square in empirical modelling for social science research. *Munich Personal RePEc Archive*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business* (7th ed.).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Vehovar, V., Toepoel, V., & Steinmetz, S. (2016). *The Sage Handbook of Survey Methodology* (W. C, J. D, S. T, & F. Y, Eds.; Vol. 22). Sage .
- Venturini, S., & Mehmetoglu, M. (2019). plssem: A Stata Package for Structural Equation Modeling with Partial Least Squares. *Journal of Statistical Software*, 88(8).
- Wilcox, R. (2021). *Introduction to Robust Estimating and Hypothesis Testing* (Fifth Edition).
- World Economic Forum. (2024). *Travel & Tourism Development Index 2024*.
- Youssef, N., Saleeb, M., Gebreal, A., & Ghazy, R. M. (2023). *The Internal Reliability and Construct Validity of the Evidence-Based Practice Questionnaire (EBPQ): Evidence from Healthcare Professionals in the Eastern Mediterranean Region*. 11(15), 2168.