

Manajemen Keluhan Tamu dan Dampaknya terhadap Reputasi Hotel

Asnar Juliandri Pramadani Anta¹, C Susmono Widagdo², Idah Kusuma Dewi³, Heni Krisnatalia⁴, Tri Maryani⁵

1,2,3,4,5 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Jawa Tengah, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 20 March 2024

Received in revised form

25 March 2024

Accepted 29 April 2024

Available online 30 May

2024

Kata Kunci:

Manajemen keluhan tamu;

Reputasi hotel; Kepuasan

tamu

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh manajemen keluhan tamu terhadap reputasi hotel bintang 3 di Semarang dan dampaknya terhadap kepuasan tamu. Manajemen keluhan tamu menjadi semakin penting di tengah persaingan ketat industri perhotelan, terutama bagi hotel bintang 3. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei cross-sectional. Data dikumpulkan dari 100 tamu hotel bintang 3 di Semarang menggunakan kuesioner terstruktur yang mengukur manajemen keluhan tamu, kepuasan tamu, dan reputasi hotel. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen keluhan tamu memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu dan reputasi hotel. Dimensi responsivitas dan empati dalam manajemen keluhan tamu merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan tamu. Sementara itu, kualitas komunikasi dan efektivitas penyelesaian keluhan secara signifikan mempengaruhi reputasi hotel. Penelitian ini menyarankan agar manajemen hotel bintang 3 di Semarang meningkatkan pelatihan staf, mengembangkan sistem manajemen keluhan yang mudah diakses, dan memastikan komunikasi yang baik serta transparansi dalam proses penanganan keluhan. Implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan tamu dan memperkuat reputasi hotel. Penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi manajemen hotel untuk mengelola keluhan tamu secara efektif demi kesuksesan operasional hotel.

Abstract

This research aims to examine the influence of guest complaint management on the reputation of 3-star hotels in Semarang and its impact on guest satisfaction. Guest complaint management is becoming increasingly important amidst intense competition in the hotel industry, especially for 3-star hotels. This research uses a quantitative approach with a cross-sectional survey design. Data was collected from 100 guests of 3-star hotels in Semarang using a structured questionnaire that measures guest complaint management, guest satisfaction and hotel reputation. Data analysis was carried out using SPSS statistical software. The research results show that guest complaint management has a significant influence on guest satisfaction and hotel reputation. The dimensions of responsiveness and empathy in guest complaint management are the factors that most influence guest satisfaction. Meanwhile, the quality of communication and the effectiveness of complaint resolution significantly influence a hotel's reputation. This research suggests that 3-star hotel management in Semarang improve staff training, develop an easily accessible complaint management system, and ensure good communication and transparency in the complaint handling process. Implementation of this strategy is expected to increase guest satisfaction and strengthen the hotel's reputation. This research provides practical insights for hotel management to manage guest complaints effectively for the success of hotel operations.

Keywords: Guest complaint management; Hotel reputation; Guest satisfaction

Pendahuluan

Dalam industri perhotelan, manajemen keluhan tamu menjadi aspek penting yang dapat menentukan keberhasilan operasional sebuah hotel. Fenomena ini semakin mendapatkan perhatian di

¹ Corresponding author.

E-mail: asnar.juliandri@gmail.com, doddysusmono59@gmail.com, idahkusumadewi71@gmail.com, heni.krisnatalia.dosen@gmail.com, yanisalatiga2@gmail.com

tengah persaingan ketat antar hotel, terutama hotel bintang 3 di Semarang. Kemampuan hotel dalam menangani keluhan tamu dengan cepat dan efisien tidak hanya berdampak pada kepuasan tamu tetapi juga pada citra dan reputasi hotel di mata publik.

Manajemen keluhan tamu sering kali menjadi tantangan besar bagi hotel bintang 3 di Semarang. Masalah yang sering muncul termasuk respons yang lambat terhadap keluhan, kurangnya pelatihan staf dalam menangani situasi sulit, dan sistem pelaporan yang tidak efisien. Masalah-masalah ini dapat berdampak negatif terhadap kepuasan tamu dan, pada akhirnya, merusak reputasi hotel.

Meskipun banyak penelitian telah dilakukan mengenai manajemen keluhan dan kepuasan tamu, masih ada celah penelitian terkait dampak spesifik dari manajemen keluhan terhadap reputasi hotel bintang 3 di Semarang. Selain itu, perbedaan antara teori manajemen keluhan dan praktik di lapangan sering kali menyebabkan kesenjangan dalam pemahaman bagaimana strategi terbaik dapat diimplementasikan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis bagaimana manajemen keluhan yang efektif dapat berkontribusi pada peningkatan reputasi hotel bintang 3 di Semarang.

Dalam penelitian sebelumnya memberikan landasan yang kuat untuk memahami hubungan antara manajemen keluhan dan kepuasan pelanggan. (Adhitya and Rahanatha 2015) Penelitian ini menganalisis pengaruh pemulihan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Tjampuhan Ubud. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemulihan pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Studi ini relevan karena menyoroti pentingnya penanganan keluhan dalam industri perhotelan. (Amperawati 2021) Buku ini membahas optimalisasi reputasi perusahaan melalui kinerja layanan hotel di industri hospitalis. Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana kualitas layanan dapat mempengaruhi reputasi hotel, yang berhubungan langsung dengan topik penelitian ini. (Aprisia and Mayliza 2019) Penelitian ini mengkaji pengaruh citra perusahaan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas pelanggan Natasha Skin Care di Kota Padang. Hasilnya menunjukkan bahwa penanganan keluhan yang efektif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memberikan dasar untuk memahami pentingnya keluhan tamu di hotel. (Buddy, Tabroni, and Salim 2019) Penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada reputasi perusahaan travel umroh dan haji di Jakarta Timur. Studi ini relevan karena menunjukkan hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan reputasi perusahaan. (Di and Perhotelan 2014) Artikel ini membahas peran front desk agent dalam membentuk citra hotel. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana interaksi langsung dengan tamu dapat mempengaruhi persepsi dan kepuasan mereka, yang pada akhirnya berdampak pada reputasi hotel. (Junior, Areros, and Pio 2019) Penelitian ini mengkaji pengaruh brand image dan persepsi harga terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada pelanggan Datsun Nissan Martadinata. Studi ini menunjukkan bahwa brand image dan kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan pada kepuasan pelanggan. (Kurniawan and Sakti 2019) Penelitian ini mengevaluasi pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan di Klinik Hewan Pet Smile. Hasil penelitian ini menekankan pentingnya kualitas pelayanan dalam mencapai kepuasan pelanggan, yang dapat diterapkan pada konteks hotel. (Lengkong, Lengkong, and Pandowo 2021) Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kinerja karyawan hotel berbintang di Manado. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kinerja karyawan, yang berdampak pada kepuasan tamu dan reputasi hotel. (Studi manajemen, inggi Ilmu Ekonomi Kesatuan Bogor, and ndonesia umuh M ulyana 2013) Penelitian ini mengkaji pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan implikasinya terhadap citra perusahaan pada Hotel Mirah Bogor. Studi ini menunjukkan hubungan erat antara pelayanan, kepuasan pelanggan, dan citra perusahaan. (Putri, Widarko, and Asiyah 2021) Penelitian ini mengevaluasi pengaruh citra perusahaan, penanganan keluhan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan Shavira Catering & Service. Hasil penelitian ini menekankan pentingnya penanganan keluhan yang efektif dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta citra perusahaan.

Manajemen keluhan tamu adalah proses yang melibatkan identifikasi, penanganan, dan penyelesaian keluhan atau keluhan yang diajukan oleh tamu. Tujuannya adalah untuk meminimalkan dampak negatif terhadap kepuasan dan loyalitas tamu serta memperbaiki layanan yang ditawarkan oleh hotel. Menurut teori pemulihan layanan (*service recovery theory*), penanganan keluhan yang efektif dapat mengubah pengalaman negatif menjadi positif jika dilakukan dengan cepat dan memadai, (Adhitya and Rahanatha 2015). Reputasi hotel merupakan persepsi umum yang dimiliki oleh publik tentang kualitas dan reliabilitas hotel. Reputasi dibangun melalui pengalaman pelanggan, citra yang dibentuk oleh hotel,

dan umpan balik yang diterima dari tamu. Menurut teori reputasi (*reputation theory*), reputasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya dapat berdampak positif pada kinerja bisnis, (Buddy et al. 2019). Kepuasan tamu adalah tingkat kepuasan yang dirasakan oleh tamu berdasarkan pengalaman mereka selama menginap di hotel. Menurut teori kepuasan pelanggan (*customer satisfaction theory*), kepuasan tamu dipengaruhi oleh perbandingan antara harapan mereka dan kinerja yang dirasakan. Kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas tamu dan word-of-mouth positif, (Kurniawan and Sakti 2019). Dapat mengembangkan pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana manajemen keluhan tamu, reputasi hotel, dan kepuasan tamu saling terkait dan berkontribusi pada kesuksesan operasional hotel.

Namun, masih terdapat kesenjangan dalam implementasi teori-teori ini pada hotel bintang 3 di Semarang. Perbedaan antara teori dan praktik sering kali menyebabkan kesulitan dalam mengadopsi strategi manajemen keluhan yang efektif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan memberikan solusi praktis dalam menerapkan manajemen keluhan tamu yang dapat meningkatkan reputasi dan kepuasan tamu di hotel bintang 3 di Semarang, sehingga dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kesuksesan operasional hotel.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengkaji dampak manajemen keluhan tamu terhadap reputasi hotel bintang 3 di Semarang. Metode ini dipilih karena memungkinkan pengukuran yang objektif dan sistematis atas variabel-variabel yang diteliti, serta menyediakan data yang dapat dianalisis secara statistik untuk mengidentifikasi hubungan dan pengaruh antar variabel.

Desain penelitian yang digunakan adalah survei kuantitatif dengan metode cross-sectional. Survei ini akan dilakukan dengan mengumpulkan data pada satu waktu tertentu untuk menggambarkan dan menguji hubungan antara manajemen keluhan tamu, kepuasan tamu, dan reputasi hotel.

Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang pernah menginap di hotel bintang 3 di Semarang dalam periode satu tahun terakhir. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu memilih responden yang dianggap memiliki informasi yang relevan dan sesuai dengan kriteria penelitian. Target sampel adalah 100 tamu hotel.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner terstruktur yang terdiri dari beberapa bagian:

Tabel 1.1

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1	≤ 20 tahun	10	12
2	21-30 tahun	34	34
3	31-40 tahun	30	28
4	≥ 41 tahun	26	26
Jumlah		100	100

Sumber: diolah peneliti 2023

Penjabaran lengkap mengenai instrumen pengukuran manajemen keluhan tamu, kepuasan tamu, dan reputasi hotel dengan dimensi tambahan sesuai kebutuhan penelitian. Manajemen keluhan tamu diukur dengan skala Likert 5 poin (1 = Sangat Tidak Setuju, 5 = Sangat Setuju) berdasarkan enam dimensi utama responsivitas, empati, efektivitas penyelesaian keluhan, transparansi, aksesibilitas, dan kualitas komunikasi, (Amperawati 2021). Kepuasan tamu diukur dengan skala Likert 5 poin berdasarkan enam dimensi utama kepuasan terhadap pelayanan, fasilitas, keseluruhan pengalaman menginap, harga, kenyamanan, dan keamanan. (Buddy et al. 2019). Reputasi hotel diukur dengan skala Likert 5 poin berdasarkan enam dimensi citra, kepercayaan, loyalitas, konsistensi, kredibilitas, dan tanggung jawab social, (Putri et al. 2021). Penelitian ini menekankan pentingnya penanganan keluhan yang efektif dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta citra perusahaan.

Dengan menggunakan skala Likert 5 poin untuk masing-masing dimensi ini, penelitian dapat memberikan wawasan yang komprehensif mengenai bagaimana manajemen keluhan tamu, kepuasan tamu, dan reputasi hotel saling terkait dan berkontribusi pada kesuksesan operasional hotel bintang 3 di Semarang.

Hasil dan Pembahasan

Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik SPSS

Tabel 1.2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.586 ^a	.344	.3330	1.62489

a. Predictors: (Constant), x2, x1

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai R^2 sebesar 0,589 atau persentase sebesar 58,6%. Dengan demikian maka peningkatan kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh variabel manajemen keluhan tamu, dan reputasi hotel.

Table 1.3

Uji Anova

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	134.004	2	67.002	25.377	.000 ^a
	Residual	256.106	97	2.640		
	Total	390.110	99			

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa F_{hitung} 25.377 dengan signifikan 0.000 < 0,005 artinya variabel manajemen keluhan tamu, reputasi Hotel, dan merupakan model persamaan yang baik untuk mempengaruhi peningkatan kepuasan tamu. Hasil uji model F-test diatas menunjukkan bahwa dikatakan baik. Hal ini berarti variabel keluhan tamu dan reputasi Hotel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu.

Table 1.4

Analisis Regresi Linier

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.97	1.634		7.328	.000
	x1	.190	.061	.265	3.122	.002
	x2	.334	.062	.460	5.409	.000

Berdasarkan tabel diatas, analisis regresi linier berganda dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Koefisien regresi menunjukkan bahwa manajemen keluhan tamu memiliki nilai beta sebesar positif 0.265. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik manajemen keluhan tamu, maka semakin tinggi kepuasan tamu.
- Koefisien regresi menunjukkan bahwa reputasi hotel memiliki nilai beta sebesar positif 0.460. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik reputasi hotel, maka semakin tinggi kepuasan tamu.

Tabel 1.5

Uji Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items		Standar α	Keterangan
(X ₁)	0,747	0,795	0,60	Reliabel
(X ₂)	0,741	0,779	0,60	Reliabel
(Y)	0,705	0,693	0,60	Reliabel

Data primer; diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa semua variabel mempunyai nilai *Alpha Cronbach* > 0,60 sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel dan layak digunakan untuk penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen keluhan tamu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan tamu dan reputasi hotel bintang 3 di Semarang. Analisis data mengungkap bahwa dimensi responsivitas dan empati dalam manajemen keluhan tamu merupakan

faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan tamu. Sementara itu, reputasi hotel dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas komunikasi dan efektivitas penyelesaian keluhan.

Hasil penelitian ini memiliki implikasi praktis yang signifikan bagi manajemen hotel bintang 3 di Semarang. Untuk meningkatkan kepuasan tamu dan memperkuat reputasi hotel, diperlukan beberapa langkah strategis yang fokus pada manajemen keluhan tamu.

Responsivitas merujuk pada kecepatan dan kesigapan staf hotel dalam menanggapi keluhan tamu. Tingkat responsivitas yang tinggi menunjukkan bahwa hotel menghargai tamunya dan berkomitmen untuk memberikan solusi secepat mungkin. Untuk meningkatkan responsivitas, hotel dapat, pelatihan untuk staf agar mereka siap dan mampu menanggapi keluhan dengan cepat. Pelatihan ini harus mencakup cara menangani berbagai jenis keluhan dan teknik komunikasi yang efektif. Dengan sistem ini, tamu dapat melaporkan masalah mereka kapan saja dan dari mana saja, tanpa perlu menunggu. Sistem ini juga memungkinkan staf untuk menerima notifikasi segera dan merespons dengan cepat.

Empati adalah kemampuan staf untuk memahami dan merasakan apa yang dirasakan oleh tamu yang mengeluh. Sikap empatik menunjukkan bahwa hotel benar-benar peduli dengan pengalaman tamu. Untuk meningkatkan empati, hotel dapat, pelatihan ini akan membantu staf mengembangkan kemampuan mendengarkan aktif dan memberikan respon yang penuh pengertian. Interaksi yang lebih personal antara staf dan tamu dapat membantu staf memahami kebutuhan dan perasaan tamu, yang akan membantu mereka merespons dengan lebih empatik.

Komunikasi yang baik adalah kunci dalam menangani keluhan tamu. Ini mencakup tidak hanya mendengarkan keluhan dengan seksama tetapi juga menjelaskan langkah-langkah yang akan diambil untuk menyelesaikan masalah tersebut. Untuk mencapai ini, hotel dapat memastikan bahwa tamu tahu bagaimana dan kepada siapa mereka bisa menyampaikan keluhan mereka. Saluran ini bisa berupa nomor telepon khusus, email, atau platform digital. Staf harus mampu menjelaskan proses penanganan keluhan dengan cara yang mudah dipahami oleh tamu, sehingga tamu merasa tenang dan yakin bahwa masalah mereka akan diselesaikan.

Transparansi dalam proses penyelesaian keluhan berarti bahwa tamu diberitahu tentang status keluhan mereka secara berkala. Ini membantu membangun kepercayaan dan menunjukkan bahwa hotel berkomitmen untuk menyelesaikan masalah. Untuk meningkatkan transparansi, hotel dapat, Sistem ini memungkinkan tamu untuk melihat status keluhan mereka secara real-time. Ini bisa dilakukan melalui aplikasi hotel atau portal pelanggan di website. Staf harus memberikan informasi terbaru tentang perkembangan penyelesaian keluhan kepada tamu, bahkan jika belum ada perkembangan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa hotel tetap memantau dan bekerja pada keluhan tersebut.

Pengembangan sistem pelaporan keluhan online dapat mencakup fitur-fitur seperti, formulir ini harus tersedia di website hotel dan aplikasi mobile, dengan petunjuk yang jelas dan sederhana. Ketika keluhan dilaporkan, sistem harus secara otomatis mengirim notifikasi kepada staf yang bertanggung jawab agar mereka dapat segera menindaklanjuti.

Tindak lanjut yang cepat terhadap keluhan menunjukkan bahwa hotel serius dalam menangani masalah tamu. Untuk ini, hotel dapat, Menetapkan standar waktu respon untuk setiap jenis keluhan, misalnya, semua keluhan harus ditanggapi dalam waktu 24 jam. Membentuk tim yang bertugas khusus untuk menangani dan menyelesaikan keluhan tamu. Tim ini harus terdiri dari anggota yang berpengalaman dan memiliki otoritas untuk membuat keputusan yang diperlukan.

Feedback loop adalah mekanisme untuk memastikan bahwa setiap keluhan ditangani dengan baik dan bahwa tamu puas dengan solusi yang diberikan. Untuk mengimplementasikan feedback loop, hotel dapat, setelah keluhan diselesaikan, hotel harus meminta tamu untuk memberikan umpan balik tentang pengalaman mereka dalam proses penanganan keluhan. Data dari keluhan dan umpan balik harus dianalisis secara rutin untuk mengidentifikasi tren dan area yang memerlukan perbaikan. Ini membantu hotel untuk terus meningkatkan layanan.

Simpulan dan Saran

Penelitian ini mengkaji pengaruh manajemen keluhan tamu terhadap reputasi hotel bintang 3 di Semarang dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi kepuasan tamu. Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa manajemen keluhan tamu memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu dan reputasi hotel. Faktor-faktor seperti responsivitas, empati, efektivitas penyelesaian keluhan, transparansi,

aksesibilitas, dan kualitas komunikasi memainkan peran penting dalam menangani keluhan tamu dengan baik.

Tingkat responsivitas dan empati adalah dimensi yang paling berpengaruh terhadap kepuasan tamu, sementara reputasi hotel sangat dipengaruhi oleh kualitas komunikasi dan efektivitas penyelesaian keluhan. Hasil ini menunjukkan bahwa upaya untuk meningkatkan kualitas manajemen keluhan tamu dapat berdampak positif pada citra dan reputasi hotel di mata publik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu.

Berdasarkan hasil penelitian, berikut adalah beberapa saran yang dapat diterapkan oleh manajemen hotel bintang 3 di Semarang untuk meningkatkan kepuasan tamu dan reputasi hotel: Pelatihan Staf. Lakukan pelatihan intensif untuk staf hotel agar mereka dapat merespons keluhan tamu dengan cepat dan efisien. Berikan pelatihan khusus yang fokus pada kemampuan mendengarkan aktif dan respon yang penuh pengertian terhadap tamu yang mengeluh. Kembangkan sistem pelaporan keluhan yang mudah diakses oleh tamu, baik melalui website maupun aplikasi mobile, untuk memudahkan tamu melaporkan keluhan mereka kapan saja. Tetapkan standar waktu respon untuk setiap jenis keluhan dan bentuk tim khusus yang bertugas menangani keluhan dengan cepat. Pastikan staf mampu menjelaskan proses penanganan keluhan dengan jelas kepada tamu dan memberikan informasi terbaru tentang perkembangan penyelesaian keluhan. Implementasikan sistem yang memungkinkan tamu untuk melihat status keluhan mereka secara real-time dan pastikan ada update berkala meskipun belum ada perkembangan signifikan. Setelah keluhan diselesaikan, minta tamu memberikan umpan balik tentang pengalaman mereka dalam proses penanganan keluhan. Analisis data dari keluhan dan umpan balik secara rutin untuk mengidentifikasi tren dan area yang perlu diperbaiki, serta lakukan perbaikan berkelanjutan pada layanan yang diberikan. Dengan menerapkan saran-saran di atas, hotel bintang 3 di Semarang dapat meningkatkan efektivitas manajemen keluhan tamu, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan tamu dan memperkuat reputasi hotel di mata publik.

Daftar Rujukan

- Adhitya, C. R. S., & Rahanatha, B. (2015). Analisis Pengaruh Pemulihan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Tjampuhan Ubud. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(12), 4074–4104.
- Amperawati, E. D. (2021). *Optimalisasi Reputasi Perusahaan melalui Kinerja Layanan Hotel di Industri Hospitalis* (B. Triatmanto (ed.)). Penerbit Selaras.
- Aprisia, Gies, and Riri Mayliza. 2019. "Pengaruh Citra Perusahaan (Corporate Image) Dan Penanganan Keluhan (Complaint Handling) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Loyalty) Natasha Skin Care Di Kota Padang." *Jurnal OSF Preprints* 1(1):1–13.
- Buddy, Tabroni, and Fahrudin Salim. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Reputasi Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Travel Umroh Dan Haji Di Jakarta Timur)." *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen* 4(2):110–25.
- Hadi, W. (2014). Peranan Front Desk Agent Dalam Membentuk Citra. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/khi.v5i2.497>
- Junior, O. M. S., William A. A., and Riane J. P. 2019. "Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 8(2):1. doi: 10.35797/jab.8.2.2019.23508.1-9.
- Kurniawan, Irwan, and Ismaya brata Sakti. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Hewan Pet Smile." *Jurnal Administrasi Dan Manajemen* 9(2):186–91.
- Lengkong, Ovelia, Vicktor P. K. Lengkong, and Merinda H. C. Pandowo. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Karyawan Hotel Berbintang Di Manado." *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akutansi* 9(3):1286–95.
- Maulana, M., & Mulyana, M. (2013). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Implikasinya Terhadap Citra Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(2), 195–204. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.242280>
- Putri, Shavira Zhulfa Eka, Agus Widarko, and Siti Asiyah. 2021. "Pengaruh Citra Perusahaan, Penanganan Keluhan, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening(Studi Kasus Pada Pelanggan Shavira Catering & Service)." *E -Jurnal Riset Manajemen* 10(9):24–45.