

## **Pengaruh Layanan *Front Desk Agent* Melalui Keterampilan Komunikasi dan *Aesthetic Labor* Terhadap Kepuasan Tamu Hotel Bintang Lima di Jakarta Selatan**

**Clara Olivia Cahyadiputri<sup>1</sup>, Angela Kayleean Hardiyanto<sup>2</sup>  
Johannes Kurniawan<sup>3</sup>, Jimmy Muller Hasoloan Situmorang<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Pelita Harapan

01541220002@student.uph.edu<sup>1</sup>, 01541220027@student.uph.edu<sup>2</sup>,

johannes.kurniawan@uph.edu<sup>3</sup>, jimmy.mhs@uph.edu<sup>4</sup>

### **ABSTRACT**

*This study analyzes the influence of front desk agents' communication skills and aesthetic labor on guest satisfaction at five-star hotels in South Jakarta. The study is grounded in communication skills and aesthetic labor theories, which explain how communication competence and professional appearance of front desk staff affect guest satisfaction. Communication skills (verbal and nonverbal) and aesthetic labor (physical appearance, friendly expression, and alignment with the hotel's image) are examined as factors influencing guest satisfaction in five-star hotels in South Jakarta. This research employs a quantitative approach through the distribution of questionnaires to guests who have interacted with front desk agents, complemented by direct field observations of communication practices and staff appearance. The study involved 276 respondents. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Squares (PLS). The results indicate that both variables have a positive and significant effect on guest satisfaction. These findings provide managerial recommendations to optimize communication training and enhance appearance standards in order to maintain service quality and align with the image of luxury hotels.*

**Keywords :** *Aesthetic Labor, Brand Image, Communication Skills, Customer Satisfaction, Front Desk Agent.*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini menganalisis pengaruh keterampilan komunikasi dan *aesthetic labor* front desk agent terhadap kepuasan tamu hotel bintang lima di Jakarta Selatan. Penelitian ini berlandaskan teori keterampilan komunikasi dan *aesthetic labor*, yang menjelaskan bagaimana keterampilan komunikasi dan penampilan profesional staf front desk memengaruhi kepuasan tamu. Keterampilan komunikasi (verbal dan nonverbal) dan *aesthetic labor* (penampilan fisik, ekspresi ramah, kesesuaian dengan citra hotel) dianalisis sebagai faktor kepuasan tamu hotel berbintang lima di Jakarta Selatan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada tamu yang telah berinteraksi dengan front desk agent, serta observasi langsung ke lapangan terhadap praktik komunikasi dan penampilan staf hotel. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 276 orang, Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Temuan ini memberikan rekomendasi bagi manajemen untuk mengoptimalkan pelatihan komunikasi dan meningkatkan standar penampilan guna mempertahankan kualitas layanan dan menyelaraskan dengan citra hotel mewah.

**Kata kunci :** *Aesthetic Labor, Agen Front Desk, Citra Merek, Keterampilan Komunikasi, Kepuasan Tamu.*

## PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan sektor jasa yang berkembang pesat seiring meningkatnya mobilitas wisatawan untuk tujuan bisnis dan rekreasi. Persaingan yang semakin ketat menjadikan kepuasan tamu sebagai indikator utama keberhasilan hotel, karena tamu yang puas cenderung melakukan kunjungan ulang, memberikan rekomendasi, dan membangun loyalitas (Birtch et al., 2021). Di Indonesia, khususnya DKI Jakarta, sektor perhotelan menunjukkan pemulihan pascapandemi dengan tren tingkat penghunian kamar hotel berbintang yang kembali meningkat hingga tahun 2024 (Badan Pusat Statistik, 2024). Kondisi ini mencerminkan tingginya persaingan dan tuntutan peningkatan kualitas layanan hotel.

Jakarta Selatan merupakan salah satu wilayah strategis dengan konsentrasi hotel berbintang lima yang tinggi, terutama di kawasan bisnis dan komersial seperti Sudirman, Kuningan, dan SCBD. Berdasarkan data BPS dan Trip.com, terdapat 21 hotel berbintang lima yang beroperasi di wilayah ini, menjadikan Jakarta Selatan sebagai pusat persaingan hotel mewah (Paramita Dewi et al., 2023). Tingginya intensitas persaingan tersebut menuntut hotel untuk terus meningkatkan standar pelayanan guna memenuhi ekspektasi tamu yang semakin tinggi.

Kepuasan tamu dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti fasilitas, kebersihan, lokasi, dan kualitas interaksi dengan staf hotel (Padma & Ahn, 2020). Namun, interaksi langsung dengan *front desk agent* memiliki peran yang sangat krusial karena menjadi titik awal pengalaman tamu. Berdasarkan teori *service encounter* (Bitner, 1990), interaksi awal antara tamu dan staf hotel membentuk persepsi awal yang dapat menentukan kepuasan secara keseluruhan. Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa keterampilan komunikasi staf front office berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, terutama pada hotel berbintang lima (Jawabreh et al., 2022; Tanković et al., 2023).

Selain keterampilan komunikasi, aspek penampilan atau *aesthetic labor* juga menjadi faktor penting dalam layanan perhotelan. Penampilan rapi, ekspresi ramah, dan sikap profesional merupakan representasi visual dari kualitas hotel dan dapat memengaruhi persepsi tamu (Hochschild, 1983; Luoh & Tsaur, 2024). Observasi pada beberapa hotel berbintang lima di Jakarta Selatan menunjukkan bahwa meskipun standar penampilan staf relatif konsisten, kualitas komunikasi dan sikap pelayanan front desk agent masih bervariasi, yang berpotensi memengaruhi kepuasan tamu. Variasi ini menegaskan pentingnya kajian yang mengintegrasikan aspek komunikasi dan *aesthetic labor* dalam konteks layanan hotel mewah.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berfokus pada pengaruh keterampilan komunikasi dan *aesthetic labor front desk agent* terhadap kepuasan tamu hotel berbintang lima di Jakarta Selatan. Pemilihan judul “Pengaruh Keterampilan Komunikasi dan Aesthetic Labor Front Desk Agent terhadap Kepuasan Tamu pada Hotel Bintang Lima di Jakarta Selatan” didasarkan pada urgensi dan relevansi topik, mengingat Jakarta Selatan merupakan kawasan bisnis dan urban

dengan tingkat persaingan hotel mewah yang tinggi serta ekspektasi tamu yang menuntut standar layanan premium.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, objek penelitiannya adalah tamu hotel berbintang lima di wilayah Jakarta Selatan. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berasal dari persepsi tamu terhadap layanan yang mereka terima, khususnya terkait aspek keterampilan komunikasi dan *aesthetic labor front desk agent*.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner *online* kepada tamu hotel yang pernah menginap di hotel berbintang lima di Jakarta Selatan. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert enam tingkat (1–6) untuk menilai tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuesioner.

Populasi merupakan keseluruhan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh individu yang pernah berkunjung dan atau menginap di hotel berbintang lima di wilayah Jakarta Selatan.

Pemilihan sampel harus dilakukan secara hati-hati agar mampu merepresentasikan populasi secara akurat, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dengan tepat (Sekaran & Bougi, 2016; Sugiyono, 2020). Adapun sampel dalam penelitian ini adalah tamu hotel berbintang lima di wilayah Jakarta Selatan yang pernah menginap serta berinteraksi langsung dengan *front desk agent*.

Teknik pengambilan sampel pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling* (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini akan digunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2020).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### ***Construct Reliability (Cronbach Alpha & Composite Reliability)***

Reliabilitas mengacu pada tingkat konsistensi suatu instrumen dalam menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya. Pada penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* untuk memastikan bahwa setiap konstruk memiliki konsistensi internal yang memadai. Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang dianggap layak adalah di atas 0,70 (Hair & Alamer, 2022). Berikut merupakan hasil pengujian reliabilitas dalam penelitian ini:

**Tabel 1. Hasil *Reliable Composite Validity***

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	Hasil
Keterampilan Komunikasi	0,855	0,859	<i>Reliable</i>
<i>Aesthetic Labor</i>	0,903	0,904	<i>Reliable</i>
Kepuasan tamu	0,891	0,895	<i>Reliable</i>

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil analisis *outer model*, seluruh konstruk dalam penelitian ini yang meliputi keterampilan komunikasi, *aesthetic labor*, dan kepuasan tamu terbukti memiliki validitas konvergen yang kuat. Hal ini terlihat dari nilai *outer loading* setiap indikator yang berada di atas 0,70, sehingga menunjukkan bahwa masing-masing indikator mampu merepresentasikan konstruknya dengan baik. Selain itu, hasil pengujian reliabilitas melalui *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* juga menunjukkan nilai yang melebihi 0,70.

### ***Convergent Validity – Average Variance Extracted***

*Convergent validity* menunjukkan sejauh mana indikator-indikator dalam satu konstruk benar-benar menggambarkan konsep yang sama. Validitas ini dinilai melalui nilai *Average Variance Extracted (AVE)*, yaitu jumlah varians yang dapat dijelaskan konstruk terhadap indikator-indikatornya. Suatu konstruk dikatakan memiliki validitas konvergen yang baik apabila nilai AVE melebihi 0,50, yang berarti lebih dari setengah varians indikator berhasil dijelaskan oleh konstruk tersebut (Hair & Alamer, 2022).

**Tabel 2. Hasil Analisis AVE**

Variabel	AVE	Hasil
Keterampilan Komunikasi	0,579	Valid
<i>Aesthetic Labor</i>	0,650	Valid
Kepuasan tamu	0,674	Valid

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil perhitungan AVE, seluruh konstruk dalam model pengukuran ini telah memenuhi kriteria validitas konvergen. Temuan ini menunjukkan bahwa setiap indikator mampu menggambarkan konstruk yang diukur secara cukup kuat dan konsisten, sehingga model dapat dinilai layak untuk digunakan pada tahap analisis berikutnya.

### ***Discriminant Validity (HT/MT Ratio)***

Dalam menilai *discriminant validity*, pendekatan HTMT digunakan untuk memastikan bahwa setiap konstruk benar-benar berbeda satu sama lain. Jika nilai HTMT berada di bawah batas yang direkomendasikan yaitu 0,90, maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing konstruk dianggap baik serta tidak

menunjukkan tumpang tindih yang berlebihan dengan konstruk lain (Hair & Alamer, 2022).

**Tabel 3. Hasil Analisis HTMT**

Variabel	AVE	Hasil
Keterampilan Komunikasi	0,579	Valid
<i>Aesthetic Labor</i>	0,650	Valid
Kepuasan tamu	0,674	Valid

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil dari pengolahan data diatas, seluruh nilai HTMT pada penelitian ini berada di bawah 0,90. Dengan demikian, seluruh konstruk dalam model dinyatakan memenuhi *discriminant validity* dan tidak terdapat masalah dalam membedakan masing-masing konstruk.

### Uji *R-square* ( $R^2$ )

Uji *R-square* ( $R^2$ ) digunakan untuk menilai seberapa besar variabel yang diteliti dapat dijelaskan oleh model struktural. Semakin tinggi nilai  $R^2$ , semakin baik kemampuan model dalam menjelaskan variasi pada variabel yang dipengaruhi. Jika nilai  $R^2$  bernilai diatas 0,75 dapat dikategorikan kuat, jika nilai  $R^2$  diatas 0,50 dianggap *moderate*, dan jika model bernilai diatas 0,25 dinilai lemah.

**Tabel 4. Nilai *R-Square***

Variabel	AVE	Hasil
Keterampilan Komunikasi	0,579	Valid
<i>Aesthetic Labor</i>	0,650	Valid
Kepuasan tamu	0,674	Valid

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Dari tabel 4 dapat dilihat hasil uji nilai *R-Square* untuk variabel kepuasan tamu sebesar 0,663. Nilai ini menunjukkan bahwa 66,3% variasi pada kepuasan tamu dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang mempengaruhinya dalam model. Dengan kata lain, kemampuan model dalam menjelaskan konstruk kepuasan tamu berada pada kategori *moderate*.

### Uji *F-square* ( $F^2$ )

Uji efek  $f^2$  dalam model *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Nilai  $f^2$  digunakan untuk menilai besarnya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Klasifikasi nilai  $f^2$  dibagi menjadi tiga kategori, yaitu nilai  $\geq 0,02$  dianggap sebagai efek kecil, nilai  $\geq 0,15$  dianggap sebagai efek sedang, dan nilai  $\geq 0,35$  dianggap sebagai efek besar (Lawrence Erlbaum Associates, 1988).

**Tabel 5. Nilai F-Square**

	Keterampilan Komunikasi	<i>Aesthetic Labor</i>	Kepuasan Tamu
Keterampilan Komunikasi	-	-	0,202
<i>Aesthetic Labor</i>	-	-	0,252
Kepuasan Tamu	-	-	-

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Dari hasil uji F-square diatas, dapat dilihat bahwa keterampilan komunikasi memiliki nilai  $f^2$  sebesar 0,202. Sementara itu, *aesthetic labor* memiliki nilai 0,252. Hal ini menandakan bahwa keduanya berada dalam kategori rentang efek sedang. Oleh karena itu, variabel *aesthetic labor* dan keterampilan komunikasi sama-sama memiliki kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan tamu.

### Nilai Prediksi $Q^2$

Nilai  $Q^2_{predict}$  digunakan untuk menilai *predictive relevance* suatu model dalam PLS-SEM, di mana nilai ini menunjukkan kemampuan model dalam memprediksi data yang tidak digunakan dalam proses estimasi. Nilai  $Q^2_{predict}$  berada pada rentang 0 hingga 1, dan nilai di bawah 0 menunjukkan tidak adanya *predictive relevance*. Nilai  $Q^2_{predict}$  yang lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif, sedangkan nilai yang lebih tinggi menandakan kualitas prediksi yang semakin baik. Nilai  $Q^2_{predict}$  0–0,25 menunjukkan *small predictive relevance*, nilai 0,25–0,50 menunjukkan *medium predictive relevance*, dan nilai  $Q^2_{predict} \geq 0,50$  menunjukkan *large predictive relevance*. Semakin tinggi nilai  $Q^2_{predict}$ , semakin besar kemampuan model dalam memberikan prediksi yang stabil dan konsisten meskipun terjadi variasi pada data sampel (Hair & Alamer, 2022).

**Tabel 6. Nilai Predictive Relevance ( $Q^2_{predict}$ )**

Indikator	$Q^2_{predict}$	<i>Predictive Power</i>
Y1	0,531	<i>high predictive relevance</i>
Y2	0,302	<i>medium predictive relevance</i>
Y3	0,318	<i>medium predictive relevance</i>
Y4	0,411	<i>medium predictive relevance</i>
Y5	0,425	<i>medium predictive relevance</i>
Y6	0,456	<i>medium predictive relevance</i>

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh indikator memiliki nilai  $Q^2_{predict}$  di atas 0, yang berarti model memiliki kemampuan prediktif. Indikator Y1 menunjukkan nilai  $Q^2_{predict}$  sebesar 0,53, yang termasuk dalam kategori *high predictive relevance*, sehingga model memiliki kemampuan prediksi yang kuat

terhadap indikator tersebut. sementara itu, indikator lainnya berada dalam *medium predictive relevance*. Hal ini menunjukkan bahwa model mampu memprediksi indikator-indikator tersebut dengan tingkat relevansi prediksi yang cukup baik.

### Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan pendekatan *two-tailed test* melalui prosedur *bootstrapping* pada PLS-SEM. Pada metode ini, sistem mengambil sampel ulang dari data berkali-kali untuk mendapatkan gambaran nyata tentang variasi koefisien jalur. Hasil ini digunakan untuk menghitung nilai *t* dan menilai apakah hubungan dalam model signifikan atau tidak (Hair & Alamer, 2022).

**Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesis**

Hipotesis	Standardized Path Coefficient	Confidence Interval		t Statistic	p value	Keputusan
		5%	95%			
H1 <sub>a</sub> : Terdapat pengaruh antara Keterampilan Komunikasi terhadap Kepuasan tamu.	0,409	0,250	0,583	4,716	0,000	Didukung
H2 <sub>a</sub> : Terdapat pengaruh antara <i>Aesthetic Labor</i> terhadap Kepuasan tamu.	0,456	0,272	0,613	5,306	0,000	Didukung

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, keterampilan komunikasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *T-statistic* dan *P-value* yang memenuhi kriteria signifikansi. Nilai *standardized path coefficient* sebesar 0,409 mengindikasikan bahwa keterampilan komunikasi memiliki kekuatan pengaruh sedang terhadap kepuasan tamu. Dengan demikian, hipotesis H1a diterima, sedangkan hipotesis nol (H10) ditolak, yang berarti terdapat pengaruh signifikan keterampilan komunikasi terhadap kepuasan tamu.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan komunikasi yang dimiliki oleh *front desk agent*, seperti kejelasan penyampaian informasi, sikap ramah, dan kemampuan mendengarkan kebutuhan tamu, maka semakin tinggi tingkat kepuasan tamu yang dirasakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa komunikasi yang efektif dalam pelayanan hotel berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan (Walegign, 2019). Dukungan serupa juga ditemukan oleh Tanković et al. (2023) yang

menegaskan bahwa keterampilan komunikasi dan *soft skills* karyawan berperan penting dalam membentuk pengalaman layanan dan kepuasan wisatawan.

Selanjutnya pengujian hipotesis *aesthetic labor* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *T-statistic* dan *P-value* yang memenuhi kriteria signifikansi. Nilai *standardized path coefficient* sebesar 0,456 menunjukkan bahwa *aesthetic labor* memiliki kekuatan pengaruh sedang hingga relatif kuat terhadap kepuasan tamu. Oleh karena itu, hipotesis H2<sub>a</sub> diterima, sedangkan hipotesis nol (H2<sub>o</sub>) ditolak, yang berarti terdapat pengaruh signifikan *aesthetic labor* terhadap kepuasan tamu.

Temuan ini menunjukkan bahwa penampilan profesional, ekspresi, serta pengelolaan citra diri yang ditampilkan oleh *front desk agent* berperan penting dalam membentuk persepsi dan evaluasi kepuasan tamu. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wu et al. (2019) yang menyatakan bahwa *aesthetic labor* merupakan bagian penting dari kualitas layanan dan memengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, Tulasi et al. (2024) juga menemukan bahwa elemen estetika dalam layanan hotel berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan tamu.

## PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis SEM (Structural Equation Modeling) untuk menguji pengaruh keterampilan komunikasi dan *aesthetic labor front desk agent* terhadap kepuasan tamu hotel berbintang lima di Jakarta Selatan. Sebelum analisis struktural dilakukan, seluruh instrumen penelitian telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, ditunjukkan oleh nilai *outer loading*, *Average Variance Extracted (AVE)*, *Composite Reliability*, dan *Cronbach's Alpha* yang berada di atas batas minimum, sehingga data layak digunakan dalam analisis lanjutan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa keterampilan komunikasi *front desk agent* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu. Semakin baik kemampuan staf dalam menyampaikan informasi, mendengarkan keluhan, dan berinteraksi secara sopan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan tamu. Temuan ini sejalan dengan Wesley et al. (2017) yang menegaskan bahwa komunikasi yang efektif berperan penting dalam meningkatkan pengalaman layanan. Kejelasan penyampaian informasi menjadi indikator yang paling dominan, sementara pengelolaan keluhan tamu menunjukkan kontribusi yang relatif lebih rendah, sehingga memerlukan perhatian khusus dalam pengembangan keterampilan staf.

Selain itu, *aesthetic labor* juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Penampilan rapi, kesesuaian seragam, ekspresi ramah, dan sikap profesional membentuk persepsi positif tamu terhadap kualitas pelayanan hotel. Indikator penampilan seragam yang rapi dan sesuai standar hotel memberikan kontribusi terbesar, mendukung teori Hochschild (1983) yang menyatakan bahwa penampilan fisik dan ekspresi emosional sesuai standar organisasi memengaruhi kepuasan pelanggan.

Analisis simultan menunjukkan bahwa keterampilan komunikasi dan *aesthetic labor* secara bersama-sama memberikan pengaruh yang kuat terhadap kepuasan tamu, dengan nilai  $R^2$  sebesar 0,663. Hal ini menegaskan bahwa kedua aspek tersebut saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman layanan yang memuaskan. Dibandingkan penelitian sebelumnya, hasil penelitian ini menunjukkan konsistensi temuan, meskipun terdapat perbedaan pada kekuatan beberapa indikator yang kemungkinan dipengaruhi oleh karakteristik tamu dan konteks layanan lokal.

Secara praktis, penelitian ini merekomendasikan agar manajemen hotel merancang program pelatihan terpadu yang tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan komunikasi, tetapi juga menjaga standar *aesthetic labor* staf. Dengan demikian, kualitas pelayanan dapat ditingkatkan secara berkelanjutan. Adapun keterbatasan penelitian ini terletak pada cakupan wilayah penelitian dan variabel yang diteliti, sehingga penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek dan memasukkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan tamu.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa keterampilan komunikasi *front desk agent* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, di mana kemampuan staf dalam menjelaskan informasi dengan jelas, mendengarkan keluhan, dan memberikan solusi secara sopan terbukti meningkatkan pengalaman tamu secara keseluruhan. Selain itu, *aesthetic labor* yang meliputi penampilan rapi, ekspresi ramah, dan sikap profesional juga berkontribusi signifikan terhadap persepsi positif tamu terhadap layanan hotel, serta secara simultan kombinasi komunikasi yang efektif dan penampilan profesional memberikan pengaruh paling kuat terhadap kepuasan tamu dengan nilai  $R^2$  sebesar 0,663, yang berarti 66,3% variasi kepuasan tamu dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sehingga penelitian ini memberikan kontribusi penting baik secara teoritis dalam menegaskan kembali temuan sebelumnya maupun secara praktis sebagai dasar bagi manajemen hotel dalam merancang program pelatihan terpadu yang menekankan peningkatan keterampilan komunikasi serta pemeliharaan standar penampilan dan ekspresi staf.

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa saran yang dapat diberikan. Pertama, manajemen hotel perlu memprioritaskan peningkatan *aesthetic labor*. Upaya perbaikan dapat dilakukan melalui penyusunan standar penampilan yang lebih terperinci, meliputi kerapian busana, tata rambut, riasan wajah, serta penggunaan aroma yang sesuai dengan citra hotel bintang lima. Selain itu, manajemen hotel juga dapat melakukan evaluasi secara berkala dan memberikan pelatihan *grooming* untuk memastikan konsistensi penampilan *front desk agent*.

Kedua, manajemen hotel disarankan untuk merancang program pelatihan komunikasi secara berkala, khususnya terkait kejelasan penyampaian informasi dan empati dalam melayani tamu, agar kualitas interaksi layanan tetap

optimal dan sesuai dengan ekspektasi tamu 9hotel bintang lima. Ketiga, bagi penelitian selanjutnya dapat melibatkan sampel yang lebih luas, memasukkan variabel tambahan seperti fasilitas hotel, serta mempertimbangkan metode pengumpulan data yang lebih beragam agar hasil penelitian lebih komprehensif dan dapat digeneralisasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik hotel dan tingkat penghunian kamar di Provinsi DKI Jakarta*. Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta.
- Birtch, T. A., Chiang, F. F. T., Cai, Z., & Wang, J. (2021). Am I choosing the right career? The implications of COVID-19 on the occupational attitudes of hospitality management students. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102931. 9999
- Bitner, M. J. (1990). Evaluating service encounters: The effects of physical surroundings and employee responses. *Journal of Marketing*, 54(April), 69–82.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 295–336). Lawrence Erlbaum Associates.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>
- Hochschild, A. R. (1983). *The managed heart: Commercialization of human feeling*. University of California Press.
- Jawabreh, O., Masa'Deh, R., Fayoumi, T. Al, & Bareya, A. (2022). Customer satisfaction towards communication skills of front office staff at the hotel. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 44(4), 1312–1318. <https://doi.org/10.30892/gtg.44416-948>
- Luoh, H. F., & Tsaur, S. H. (2024). Looking good and sounding right: A scale development of aesthetic labor in the hospitality industry. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(2), 1263–1281.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill.
- Padma, P., & Ahn, J. (2020). Guest satisfaction & dissatisfaction in luxury hotels: An application of big data. *International Journal of Hospitality Management*, 84, 102318.

# Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 8 Nomor 3 (2026) 312 – 322 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691

DOI: 10.47476/reslaj.v8i3.11377

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach*. John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tanković, A. Č., Vitezić, V., & Kraljić, V. (2023). Communication of employees and interpersonal skills influencing tourist satisfaction. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 36(1), 460–479.
- Tulasi, E. E., Ashiaby, O. E., Kodua, P., & Ahlijah, B. (2024). The role of aesthetics in tourist satisfaction in the hospitality industry. *Heliyon*, 10(12), e32944.
- Walelign, A. (2019). Communication and its impact on customer satisfaction in the hospitality industry. *Journal of Tourism Studies*, 1(2), 97–104.
- Wu, L., King, C. A., Lu, L., & Guchait, P. (2019). Hospitality aesthetic labor management. *International Journal of Hospitality Management*, 82, 102373.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. McGraw-Hill.