

Memaksimalkan Kepuasan Tamu dan Keuntungan Finansial: Pendekatan Terintegrasi dalam Manajemen Hotel Wimarion

Septa Intiar¹, Enik Rahayu², Bayu Ade Prabowo³
^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia
Email: septa.intiar@stiepari.ac.id

Korespondensi penulis: septa.intiar@stiepari.ac.id

Abstract. This study delves into an integrative management approach within the context of Wimarion Hotel, with a dual focus on augmenting guest satisfaction and enhancing financial viability. Through the incorporation of pivotal factors encompassing front office services, pricing dynamics, customer communication strategies, interior design aesthetics, and overarching business strategies, the research endeavors to pinpoint variables that can be optimized to synergistically boost employee productivity and fiscal gains. Employing a quantitative cross-sectional methodology, data was gathered from a sample of 100 randomly chosen hotel patrons via questionnaire dissemination. Analysis underscores a statistically significant positive correlation between guest satisfaction, financial profitability, and the realization of an integrated management framework. These findings underscore the imperative of adopting comprehensive strategies in hotel administration, underscoring the intrinsic linkages between guest contentment and fiscal prosperity in achieving overarching management cohesion.

Keywords: Guest Satisfaction; Financial Benefits; Integrated in Hotel Management.

Abstrak. Penelitian ini menyelidiki pendekatan manajemen integratif dalam konteks Hotel Wimarion, dengan fokus ganda pada peningkatan kepuasan tamu dan peningkatan kelayakan finansial. Melalui penggabungan faktor-faktor penting yang mencakup layanan kantor depan, dinamika harga, strategi komunikasi pelanggan, estetika desain interior, dan strategi bisnis secara menyeluruh, penelitian ini berupaya untuk menunjukkan dengan tepat variabel-variabel yang dapat dioptimalkan untuk secara sinergis meningkatkan produktivitas karyawan dan keuntungan fiskal. Dengan menggunakan metodologi cross-sectional kuantitatif, data dikumpulkan dari sampel 100 pelanggan hotel yang dipilih secara acak melalui penyebaran kuesioner. Analisis menggarisbawahi korelasi positif yang signifikan secara statistik antara kepuasan tamu, profitabilitas finansial, dan realisasi kerangka manajemen terpadu. Temuan-temuan ini menggarisbawahi pentingnya mengadopsi strategi komprehensif dalam administrasi hotel, menggarisbawahi hubungan intrinsik antara kepuasan tamu dan kesejahteraan fiskal dalam mencapai kohesi manajemen yang menyeluruh.

Kata kunci: Kepuasan Tamu, Keuntungan Finansial, Terintegrasi dalam Manajemen Hotel.

LATAR BELAKANG

Industri perhotelan merupakan komponen vital dalam sektor pariwisata dan menjadi garda terdepan dalam melawan pelemahan perekonomian suatu negara. Indikator utama keberhasilan sebuah hotel adalah pendapatan dan profitabilitasnya. Ketika menghadapi situasi yang semakin kompleks, penting bagi manajemen hotel untuk mengambil pendekatan terpadu untuk memaksimalkan efisiensi operasional dan keuangan. Fokus penelitian ini adalah manajemen Hotel Wimarion yang berfungsi sebagai pedoman dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Rumusan Masalah: Meskipun berbagai penelitian telah dilakukan untuk menganalisis hal tersebut faktor yang mempengaruhi produktivitas karyawan dan keuntungan finansial pada industri perhotelan, belum banyak penelitian yang secara khusus fokus pada pengintegrasian pelatihan karyawan khususnya pada manajemen Hotel Wimarion. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang dapat disesuaikan secara optimal untuk meningkatkan produktivitas karyawan dan keuntungan finansial secara kooperatif

Pendekatan pemecahan masalah penelitian ini akan menggunakan pendekatan interdisipliner yang melibatkan analisis faktor-faktor kunci seperti layanan front office, pengaruh harga, strategi komunikasi hubungan pelanggan, kualitas layanan makanan dan perjamuan, desain interior restoran, analisis manajemen hubungan pelanggan, dan strategi bisnis terintegrasi

Melalui pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk mengembangkan model pengelolaan yang holistik dan terintegrasi.

Khususnya, dengan pesatnya perkembangan industri perhotelan, banyak penelitian telah dilakukan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan karyawan dan keuntungan finansial dalam manajemen hotel. Beberapa penelitian secara konsisten mengkaji aspek-aspek seperti harga, kualitas makanan, komunikasi layanan pelanggan, dan strategi bisnis. Berikut beberapa temuan terbaru dari penelitian ini: (Atmoko et al., 2023) Penelitian ini menekankan betapa pentingnya menjaga standar front office untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pekerja yang konsisten di lobi hotel diakui sebagai komponen dalam memberikan hasil yang positif. (Subagja & Firdaus, 2023). Berkonsentrasi pada perubahan harga sehubungan dengan volume penjualan dapat membantu mencapai keseimbangan yang baik antara volume penjualan dan margin keuntungan. Penetapan harga yang bijaksana mungkin mempunyai dampak yang signifikan terhadap persepsi tamu. (Sari & Irawan., 2020) Penerapan model persamaan struktural dalam analisis hubungan pelanggan memberikan wawasan tentang cara efektif untuk meningkatkan loyalitas klien melalui interaksi komunikatif. (Rahayu et al., 2022) Penelitian ini berfokus pada sektor perhotelan dan menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas makanan dan kualitas pelayanan dengan kepuasan tamu. Pengalaman kuliner diidentifikasi sebagai elemen utama yang dapat mempengaruhi kondisi tamu di segmen ini. (Cindoswari & Novitasari, 2021). Berfokus pada tujuan bisnis, struktur organisasi, dan hukum bisnis memfasilitasi pemahaman yang lebih menyeluruh tentang faktor-faktor utama yang mempengaruhi produktivitas dan profitabilitas karyawan sekaligus juga mempertimbangkan pertimbangan hukum dan strategis. (Sitorus, 2022) Sebuah studi tentang

dampak desain interior terhadap pengalaman kamar tamu mengungkapkan bagaimana elemen desain dapat menciptakan ruang yang ramah dan bermakna bagi tamu di kamar hotel (Tjandra et al., 2015). Penelitian ini memberikan informasi tentang pengalaman klien melalui implementasi program Customer Relationship Management (CRM). Efektivitas CRM dianggap sebagai faktor strategis dalam membangun hubungan dengan pelanggan. (Ramdhani et al., 2016)) Studi ini mengkaji dampak investasi yang dilakukan di hotel dan memberikan wawasan tentang kemajuan industri hotel baik dari perspektif finansial maupun operasional. (Sufa 2007) Kontribusi terhadap pemahaman analisis sensitivitas selama pembangunan hotel memberikan wawasan tentang bagaimana variabel-variabel yang berkorelasi negatif dapat diidentifikasi dengan lebih akurat, membantu manajemen hotel dalam mengelola risiko dan peluang.

Temuan penelitian ini konsisten dengan pendekatan manajemen terpadu. Menerapkan pendekatan manajemen terintegrasi sebagai landasan Hotel Wimarion, penelitian ini menyajikan strategi holistik dan terkoordinasi dengan baik untuk mengoptimalkan produktivitas karyawan dan keuntungan finansial. Menekankan pada perjalanan pelanggan dan teknologi dengan menghubungkan elemen teknologi dengan pemahaman manusia terhadap pengalaman perjalanan, penelitian ini menggabungkan teknologi, khususnya aplikasi berbasis web, sebagai sarana komunikasi dan persiapan untuk meningkatkan kenyamanan dan keamanan. Wimarion Hotel Special Penelitian ini menyajikan temuan baru dengan menggunakan model personel yang dioptimalkan secara khusus disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan Hotel Wimarion. Hotel khusus Wimarion menawarkan kontribusi unik terhadap literatur manajemen hotel.

KAJIAN TEORITIS

Pendekatan Integrasi dalam Manajemen Hotel Wimarion

Menurut (Haryadi Wahyu et al., 2022), pengertian manajemen strategis adalah suatu proses yang disusun secara sistematis oleh manajemen untuk merumuskan strategi, melaksanakan strategi, dan mengevaluasi strategi yang dilaksanakan.

Integrasi Layanan *Front Office*

Kantor Depan

Menurut (Krestanto et al., 2019), menurutnya yang dimaksud dengan front office adalah kantor depan. Dalam konteks pengertian hotel, Front Office hotel adalah suatu departemen dalam suatu Hotel yang terletak di bagian depan hotel. Tepatnya letaknya tidak jauh dari pintu depan atau lobi hotel.

a. Integrasi Desain Interior

Desain interior adalah perencanaan, penataan dan perancangan ruang pada suatu bangunan, yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan akan tempat berlindung dan berteduh, menentukan dan mengatur kegiatan, memelihara aspirasi dan mengungkapkan gagasan, tindakan serta penampilan, perasaan dan kepribadian (Sop, 2020).

b. Pengaruh desain interior terhadap pengalaman tamu dan persepsi hotel.

menurut (Ching, 1996), desain interior adalah perencanaan, penataan dan perancangan ruang-ruang interior pada bangunan, yang berfungsi memenuhi kebutuhan dasar akan tempat berlindung dan berlindung, menentukan dan mengatur kegiatan, memelihara aspirasi dan mengungkapkan gagasan, tindakan dan penampilan, perasaan, dan kepribadian.

Integrasi Strategi Bisnis dan CRM

Kesesuaian strategi bisnis dengan penerapan Customer Relationship Management (CRM). Implementasi CRM dapat dikenal sebagai suatu pendekatan atau sistem yang mengelola hubungan antara suatu korporasi atau perusahaan dengan pelanggan pada tingkat bisnis. (Mohammed, 2015).

Guest Satisfaction

mendefinisikan evaluasi atau penilaian secara sadar mengenai baik atau tidaknya kinerja suatu produk, dan apakah produk yang bersangkutan sesuai dengan tujuan atau kegunaannya. Sedangkan menurut (Robby Dharma, 2017). Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkannya dengan kinerja (hasil) yang diharapkan. Menurut (Rahmadi Islam, 2018) kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat suatu produk dirasakan (perceived) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.

Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai:

a. Kualitas

Kualitas mempunyai hubungan erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan konsumen.

b. Layanan Konsumen

Pelayanan pelanggan bukan sekedar menjawab pertanyaan dan keluhan konsumen mengenai suatu produk atau jasa yang kurang memuaskan, namun lebih dari sekedar solusi yang muncul setelah pembelian.

Keuntungan Finansial

Sejalan dengan kedua definisi di atas, (Harrison, Walter T., Charles T. Horngren, 2011) mendefinisikan laba atau laba sebagai peningkatan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi (misalnya: peningkatan aset atau penurunan liabilitas) yang mengakibatkan peningkatan ekuitas selain yang melibatkan transaksi dengan pemegang saham.

Analisis Kepuasan Pelanggan Melalui CRM, implementasi CRM tidak lepas dari keikutsertaan 5 komponen CRM yang akan sangat menguntungkan bagi perusahaan. Lima komponen dalam implementasi CRM adalah strategi, pengalaman pelanggan, informasi, organisasi dan teknologi (Pelanggan et al., 2022)

Tingkat kepuasan pelanggan diukur melalui program keanggotaan via Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM).

Untuk membantu perusahaan meningkatkan hubungan antara pelanggan dan perusahaan. Untuk melakukan hal ini, perusahaan perlu memperoleh informasi yang komprehensif tentang perilaku pelanggan (Trianasari, 2020).

Tingkat retensi pelanggan sebagai indikator potensial pertumbuhan keuntungan finansial. Tingkat retensi pelanggan adalah persentase pelanggan yang dipertahankan suatu bisnis selama periode waktu tertentu (Artha et al., 2022).

METODE PENELITIAN

Identifikasi Variabel Penelitian:

1. Variabel Independen: Pendekatan Terpadu dalam Manajemen Hotel Wimarion..
2. Variabel Dependen (Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, 2018):
 - Kepuasan Tamu
 - Desain Penelitian

Manfaat Finansial (Creswell, J. W., & Creswell, 2017).

☑ Kuantitatif

☑ Cross-sectional

Populasi dan Sampel:

- ☒ Tamu yang menginap di Hotel Wimarion.
- ☒ 100 responden dipilih secara acak dari populasi.

Pengembangan Instrumen:

- ☒ Mengembangkan kuesioner untuk mengukur tingkat kepuasan tamu dan kinerja keuangan hotel.
- ☒ Menguji validitas dan reliabilitas kuesioner untuk memastikan akurat dan konsisten instrumen pengukuran.

Pengumpulan data:

- ☒ Penyebaran kuesioner kepada tamu secara langsung atau melalui surat elektronik.
- ☒ Jangka waktu tertentu yang mencakup masa kunjungan tamu.

Data analisis:

1. Metode Analisis Statistik:

- 1) Statistik Deskriptif: Mean, median, standar deviasi untuk menggambarkan sampel karakteristik.
- 2) Analisis Regresi : Mengidentifikasi hubungan antara variabel kepuasan tamu dengan keuntungan finansial.
- 3) Analisis Korelasi: Menentukan apakah terdapat hubungan yang signifikan antar variabel.

2. Perangkat Lunak Analisis

Data Gunakan perangkat lunak statistik seperti SPSS 26 atau R untuk analisis data (Etika Penelitian Sekaran, U., & Bougie 2015):

- 1) Menjamin kerahasiaan informasi dan keamanan data responden.
- 2) Mendapatkan persetujuan etik penelitian dari lembaga atau komite etik yang berwenang.

Implementasi penelitian menerapkan pendekatan terpadu dalam manajemen hotel sepanjang siklus menginap tamu, interpretasi hasil

- 1) Menafsirkan hasil analisis dan mengidentifikasi faktor-faktor signifikan.
- 2) Menghubungkan temuan dengan tujuan penelitian untuk mengevaluasi keberhasilan secara terpadu mendekati.

Adapun indikatornya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kepuasan Tamu (Alvianna, 2017)

Layanan Kantor depan (Enz, 2010)

- 1) Tingkat kepuasan tamu terhadap ketanggapan staf resepsi.
- 2) Kepuasan terhadap ketersediaan staf resepsi.
- 3) Penilaian terhadap kesopanan dan keramahan petugas resepsi.

Efek Harga (Hayes, D. K., & Ninemeier, 2017)

- 1) Persepsi tamu terhadap nilai uang yang diberikan relatif terhadap harga yang dibayarkan.
- 2) Tingkat kepuasan tamu terhadap kebijakan harga yang diterapkan.

Strategi Komunikasi Hubungan Pelanggan (Hayes, D. K., & Ninemeier, 2017)

- 1) Efektivitas komunikasi dalam meningkatkan pemahaman tamu..
- 2) Responsif terhadap pertanyaan atau masukan tamu.

2. Menganalisis Kepuasan Pelanggan Melalui CRM

- 1) Tingkat kepuasan pelanggan diukur melalui program keanggotaan melalui Customer Relationship Management (CRM).

Tingkat retensi pelanggan sebagai indikator potensial pertumbuhan keuntungan finansial.

- 2) Analisis Kelayakan Investasi Hotel

Tingkat pengembalian investasi (ROI) sebagai ukuran keberhasilan investasi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kelayakan investasi dan dampaknya terhadap keuntungan finansial.

3. Terintegrasi dalam Manajemen Hotel

- 1) Integrasi Layanan Front Office

Hubungan antara layanan front office dan komunikasi serta strategi penetapan harga.

Integrasi Desain Interior

Pengaruh desain interior terhadap pengalaman tamu dan persepsi hotel.

- 2) Integrasi Strategi Bisnis dan CRM

Kesesuaian strategi bisnis dengan penerapan Customer Relationship Management (CRM).

Tabel 1. Deskripsi Responden Usia

No	Usia	Total	(%)
1	≤ 20	10	10
2	21-30	20	20
3	31-40	36	36
4	≥ 41	34	34
Total		100	100

Source: processed by researchers in 2024

Tabel 2. Deskripsi Responden Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Total	(%)
1	SMA/SMK	15	15
2	D1-D4	20	20
3	S1	31	31
4	S2	34	34
Total		100	100

Sumber : diolah peneliti tahun 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diketahui semua variabel memiliki koefisien *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,600, sehingga instrumen dinyatakan reliabel dan layak digunakan

Tabel 3. Reliability Statistics

Variabel	Koefisien <i>Cronbach Alpha</i>	Batas Interval	Keterangan
Kepuasan Tamu (X1)		0,797	0,600 Reliabel
Keuntungan Finansial (X2)		0,799	0,600 Reliabel
Terintegrasi dalam Manajemen Hotel (Y)		0,779	0,600 Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil analisis regresi tersebut, maka didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,471X_1 + 0,307X_2$$

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta		
5.431	.911		5.964	.000
.209	.046	.471	4.563	.000
.194	.065	.307	2.970	.004

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan persamaan tersebut diatas maka dapat dijelaskan bahwa variabel Kepuasan dan keuntungan finansial memiliki koefisien positif dalam mempengaruhi Terintegrasi dalam Manajemen Hotel. Artinya, semakin baik kepuasan tamu yang ditawarkan dan fasilitas yang diberikan oleh hotel maka akan semakin tinggi Terintegrasi dalam Manajemen Hotel.

Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh F hitung sebesar 54.441 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 (< 0,05), maka hipotesis diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan tamu dan keuntungan finansial terhadap Terintegrasi dalam Manajemen Hotel.

Table 5. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	182.054	2	91.027	54.441	.000 ^a
Residual	162.186	97	1.672		
	344.240	99			

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Hasil analisis diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,519. Hal ini menunjukkan bahwa Terintegrasi dalam Manajemen Hotel dipengaruhi kepuasan tamu dan keuntungan finansial sebesar 51,9% sedangkan sisanya yaitu 48,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Table 6. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.727 ^a	.529	.519	1.29307

a. Predictors: (Constant), x2, x1

Pengujian Hipotesis (Uji – t)

Tabel 7 Hasil Ringkasan Uji Hipotesis

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Kepuasan Tamu (X1)	0,00 < 0,05	Berpengaruh Signifikan
Keuntungan Finansial (X2)	0,004 < 0,05	Berpengaruh Signifikan

Sumber: data primer yang diolah, 2024

1. Signifikansi dari variabel kepuasan tamu adalah sebesar 0,000 yang lebih kecil dari syarat signifikansi 0,05. Dengan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa kepuasan tamu berpengaruh secara signifikan terhadap Terintegrasi dalam Manajemen Hotel, dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap Terintegrasi dalam Manajemen Hotel diterima;
2. Signifikansi dari variabel fasilitas adalah sebesar 0,001 yang lebih kecil dari syarat signifikansi 0,05. Dengan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa keuntungan finansial berpengaruh secara signifikan terhadap Terintegrasi dalam Manajemen Hotel, dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan keuntungan finansial berpengaruh signifikan terhadap Terintegrasi dalam Manajemen Hotel diterima.

Temuan bahwa variabel kepuasan tamu dan keuntungan finansial mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap Manajemen Hotel Terpadu (Y) mempunyai implikasi penting dalam konteks manajemen hotel, khususnya Hotel Wimarion. Beberapa implikasi dari temuan ini:

1. Dengan mengetahui kepuasan tamu mempunyai pengaruh positif terhadap integrasi dalam pengelolaan hotel, maka manajemen hotel dapat fokus dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Termasuk memastikan setiap interaksi dengan tamu, mulai dari front office hingga layanan makanan dan minuman, memberikan pengalaman yang memuaskan.
2. Temuan bahwa keuntungan finansial berkontribusi positif terhadap integrasi dalam manajemen hotel menunjukkan pentingnya strategi penetapan harga yang bijaksana. Hotel dapat mempertimbangkan manfaat jangka panjang dari keputusan penetapan harga,

termasuk mempertimbangkan persepsi tamu mengenai nilai yang diberikan sehubungan dengan harga yang dibayarkan.

3. Kepuasan tamu dan keuntungan finansial dapat ditingkatkan melalui penerapan program CRM yang efektif. Melalui pemanfaatan teknologi dan analisis data, hotel dapat lebih memahami kebutuhan dan preferensi tamu, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman tamu
4. Dengan mengetahui manfaat finansial berkontribusi terhadap integrasi dalam pengelolaan hotel, maka manajemen hotel dapat memperhatikan efisiensi operasional. Hal ini mencakup pengelolaan biaya secara efektif, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, dan mengidentifikasi area di mana investasi dapat menghasilkan laba atas investasi yang tinggi.

Temuan ini menunjukkan bahwa untuk mencapai integrasi dalam pengelolaan hotel, penting bagi hotel untuk memperhatikan aspek kepuasan tamu dan keuntungan finansial secara holistik. Hal ini tidak hanya mencakup aspek pelayanan langsung kepada tamu, namun juga pengelolaan keuangan dan strategi bisnis secara keseluruhan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Mempertimbangkan temuan ini, Hotel Wimarion atau hotel lainnya dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dan holistik untuk meningkatkan kualitas layanan, memaksimalkan keuntungan finansial, dan mencapai integrasi dalam manajemen hotel secara keseluruhan.

Berdasarkan temuan penelitian dapat disimpulkan bahwa kepuasan tamu dan keuntungan finansial mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap Manajemen Hotel Terpadu. Implikasi dari temuan tersebut adalah pentingnya pendekatan terpadu dalam pengelolaan hotel, dimana upaya untuk meningkatkan kepuasan tamu dan mencapai keuntungan finansial tidak dapat dipisahkan dari upaya mencapai integrasi dalam pengelolaan hotel. Dari hasil penelitian ini, dapat diambil beberapa kesimpulan penting:

1. Kepuasan tamu merupakan salah satu faktor utama yang berkontribusi terhadap integrasi dalam manajemen hotel. Oleh karena itu, hotel perlu mengedepankan pengalaman tamu yang memuaskan melalui pelayanan yang berkualitas dan responsif.
2. Keuntungan finansial tidak hanya menjadi tujuan, tetapi juga merupakan indikator keberhasilan pencapaian pengelolaan hotel terpadu. Hotel perlu mengembangkan strategi bisnis yang berkelanjutan untuk memastikan keuntungan finansial yang stabil dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

3. Dalam mencapai integrasi dalam manajemen hotel, penting untuk menerapkan pendekatan terpadu yang mempertimbangkan hubungan antara kepuasan tamu dan keuntungan finansial.

Hal ini melibatkan koordinasi antara berbagai departemen dalam hotel serta pengembangan strategi holistik. Penerapan teknologi dan analisis data, khususnya melalui program CRM, dapat membantu hotel lebih memahami kebutuhan dan preferensi tamu. Hal ini dapat meningkatkan kualitas layanan dan membantu dalam pengambilan keputusan strategis yang lebih baik.

DAFTAR REFERENSI

- Alvianna, S. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Wisata Air Wendit Kabupaten Malang. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 2(1). <https://doi.org/10.26905/jpp.v2i1.1263>
- Artha, B., Zahara, I., & Sari, N. P. (2022). Customer Retention : A Literature Review. 2(1), 30–45. <https://doi.org/10.47153/sss21.2952022>
- Atmoko, T. P. H., Widyaningsih, H., Yogyakarta, A. P., Yogyakarta, A. P., Yogyakarta, D. K., Office, F., & Tamu, K. (2023). Standarisasi Pelayanan Front Office Untuk Meningkatkan Kepuasan Tamu. 10(2).
- Ching, F. D. K. (1996). *Arsitektur, Bentuk, Ruang dan Tatanan*.
- Cindoswari, A. R., & Novitasari. (2021). Komunikasi Internal Departemen Sales Marketing dan Departemen Front Office The Hills Hotel Batam dalam Menghadapi Konflik Organisasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 138–147. <http://journal.unj.ac.id/>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.).
- Enz, C. A. (2010). *Hospitality Strategic Management: Concepts and Cases* (2nd ed.).
- Etika Penelitian Sekaran, U., & Bougie, R. (n.d.). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (7th ed.).
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.).
- Harrison, Walter T., Charles T. Horngren, T. W. dan T. S. (2011). *Akuntansi Keuangan Lanjutan IFRS E*.
- Haryadi Wahyu, Rizkita Gierda, & Budiarti Nelly. (2022). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Hotel Grand Samota. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2), 1135–1146. <http://stp-mataram.e-journal.id/JIH>
- Hayes, D. K., & Ninemeier, J. D. (2017). *Foundations of Lodging Management*.

- Krestanto, H., Akademi, D., Yogyakarta, P., & Artikel, H. (2019). Strategi dan usaha reservasi untuk meningkatkan tingkat hunian di grand orchid hotel yogyakarta. 17.
- Mohammed, A. A. (2015). Customer Relationship Management (CRM) in Hotel Industry : A framework Proposal on the Relationship among CRM Dimensions , Marketing Capabilities and Hotel Performance Customer Relationship Management (CRM) in Hotel Industry : A framework Proposal on . December.
- Pelanggan, P., Cipta, C. V, & Nugraha, A. (2022). Jurnal ekonomi bisnis dan akuntansi. 2(2).
- Rahayu, E., Adilase, B. P., Subrata, G., & Yuliamir, H. (2022). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Banquet Awan Sewu Hotel. Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata, 5(1), 82–91. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i1.45299>
- Rahmadi Islam. (2018). ANALISIS MANAJEMEN HOTEL SYARIAH YASMIN HOTEL AND RESTAURANT DI KABUPATEN BANGKA BARAT (TINJAUAN FATWA DSN MUI NO: 108/DSN-MUI/X/2016). <http://dx.doi.org/10.1186/s13662-017-1121-6><https://doi.org/10.1007/s41980-018-0101-2><https://doi.org/10.1016/j.cnsns.2018.04.019><https://doi.org/10.1016/j.cam.2017.10.014><http://dx.doi.org/10.1016/j.apm.2011.07.041><http://arxiv.org/abs/1502.020>
- Ramdhani, F., Irwandi, D., Darfia, N. E., & Basri, D. R. (2016). Analisa Kelayakan Pada Investasi Hotel Novotel. Jurnal Rab Construction Research, 1(2), 106–119.
- Robby Dharma. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang. Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi, 6(2), 349–359.
- Sari, D. S., & Irawan. (2020). Startegi Komunikasi Customer Relation dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu Hotel (Studi Pendekatan Structural Equation Modeling). Jurnal Manajemen Tools, 12(1), 21–37. <http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/866>
- Sitorus, O. T. (2022). Pengaruh Desain Interior Restoran Terhadap Kepuasan Tamu Di Restoran Sutomo Café Pada Putra Mulia Hotel. Niagawan, 11(3), 293. <https://doi.org/10.24114/niaga.v11i3.39628>
- Sop, S. A. (2020). A Systematic Literature Review on Hotel Design *. December.
- Subagja, A. D., & Firdaus, D. (2023). Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Tamu Hotel di Sari Alam Hot Spring and Resort Hotel Subang. The World of Business Administration Journal, 5(1), 10. <http://ejournal.unsub.ac.id/index.php/bisnis/article/view/1664>
- Tjandra, F., Kurniawan, J. A., & ... (2015). Analisa Kepuasan Pelanggan Atas Customer Relationship Management Melalui Implementasi Program Keanggotaan Hotel X Studi Kasus Di Hotel X. Jurnal Hospitality Dan ..., 26–38. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/2826>
- Trianasari, N. (2020). Measuring Hotel Customer Satisfaction : Who Cares ? January 2019. <https://doi.org/10.2991/teams-19.2019.39>