

## Implementasi Strategi *Concierge* Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan Hotel Shangri-La

Marsel Fatekh Almadi<sup>1</sup>, Umi Farichah Bascha<sup>2</sup>, Jiwangga Hadi Nata<sup>3</sup>, Dian Yulie Reindrawati<sup>4</sup>, Nur Emma Suriani<sup>5</sup>  
<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Airlangga

### INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:  
Diterima : Desember 2022  
Diperbaiki: Desember 2022  
Disetujui : Desember 2022

**Keywords:**  
Pelayanan,  
Kepuasan Tamu,  
Kualitas Pelayanan,  
Strategi,  
Implementasi *Concierge* Section.

### Abstract

*In the hotel industry, the front desk department plays an important role in supporting the smooth operation of the hotel, the front desk department is the place that reflects the formation of a good or bad image of the hotel in the eyes of customers through services are provided. As part of the front desk department, the concierge is responsible for serving guests from the moment they arrive until they leave the hotel. To successfully assist in serving these customers, service standards or SOPs and strategies must be implemented by the Concierge department with the aim of ensuring customer satisfaction at the site. Shangri-La Hotel Surabaya for customer satisfaction is a measure of the success of the quality of service provided by a customer. Hotel. This study aims to understand how the concierge strategy to improve service quality at Shangri-La Surabaya hotel affects guest satisfaction. This study uses qualitative method through descriptive analysis of data. Data collection techniques were performed through direct observation, interviews with concierge staff at Shangri-La Surabaya, and documentation. Research results show that the effort of the guide staff to improve service quality at Shangri-La Surabaya hotel is quite good through the implementation of the work according to the process and then the strategy set by the Ministry of Industry and Trade. The concierge department of the Shangri-La Surabaya hotel leads the service quality assurance. customer service by setting customer satisfaction indicators.*

### Abstrak

*Di industri perhotelan Front Office Departemen sangat berperan penting dalam menunjang kelancaran operasional hotel, front office merupakan cerminan terbentuknya citra baik atau buruknya hotel dimata para tamu melalui pelayanan yang diberikan. Sebagai salah satu divisi yang ada di front office, concierge memiliki tanggung jawab terhadap pelayanan kepada tamu mulai pada saat tamu datang hingga keberangkatan tamu dari Hotel. Untuk menunjang keberhasilan dalam melayani tamu tersebut, diperlukan adanya standar pelayanan atau SOP dan strategi-strategi yang harus dilakukan oleh ConciergeSection sebagai upaya untuk memastikan kepuasan tamu di Hotel Shangri-La Surabaya, karena kepuasan tamu merupakan tolak ukur dari keberhasilan kualitas pelayanan yang diberikan suatu hotel. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi concierge dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan pada Hotel Shangri-La Surabaya sehingga akan berpengaruh terhadap kepuasan tamu. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan cara analisis data secara deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan observasi secara langsung,*

wawancara kepada staff concierge Hotel Shangri-La Surabaya, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa usaha concierge dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Shangri-La Hotel Surabaya sudah cukup baik dengan menjalankan tugas sesuai prosedur kemudian strategi yang dilakukan oleh Concierge Section Hotel Shangri-La Surabaya sudah memenuhi kualitas pelayanan pada tamu dengan mengimplementasikan indikator-indikator kepuasan tamu.

✉ Penulis Korespondensi\*  
Umi Farichah Bascha

ISSN: 2502-4639

Email: [umi.f.bascha@vokasi.unair.ac.id](mailto:umi.f.bascha@vokasi.unair.ac.id)

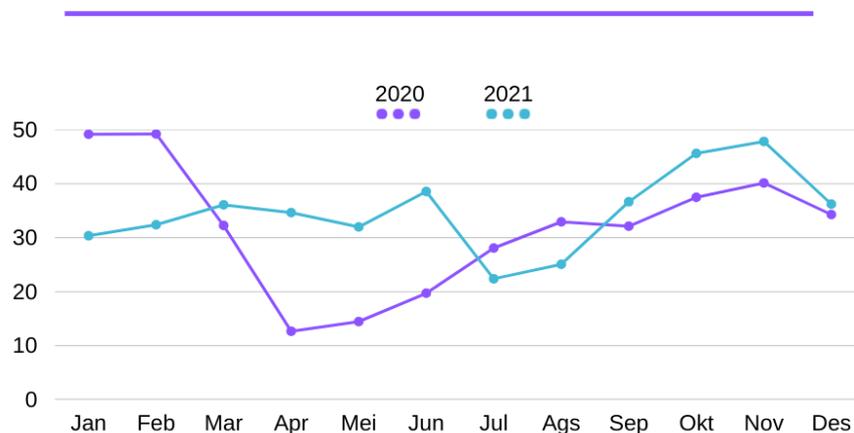
DOI : 10.21107/ee.v8i2.17782

Citation :

## PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu perkembangan hotel sendiri dinilai cukup meningkat ditunjang dengan kebutuhan bisnis yang semakin meningkat juga di Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya hotel yang berdiri dengan karakteristiknya masing-masing, maka persaingan dalam mencari tamu akan semakin ketat. Dari data Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur akomodasi hotel di Surabaya tahun 2020 tercatat sudah ada 114 hotel, 8.242 kamar, 20.777 tempat tidur. Sedangkan data hotel dan kamar menurut klasifikasinya pada tahun 2020 di Surabaya untuk hotel bintang 1 ada 5, bintang 2 ada 29, bintang 3 ada 42, bintang 4 ada 20 dan bintang 5 ada 7 Hotel.

### TINGKAT PENGHUNIAN KAMAR (TPK) HOTEL BINTANG 2021 vs 2020



Sumber: BPS (diolah kembali oleh Pusat Data dan Sistem Informasi)

Dibandingkan tahun 2020, tingkat hunian kamar TPK atau hotel berbintang di Indonesia meningkat rata-rata 36,21 persen pada tahun 2021, naik 1,93 persen dibandingkan tahun 2020 yang sebesar 34,28 persen. juga diintensifkan. Hotel mengoperasikan beberapa departemen dengan tugas yang berbeda. Jumlah departemen atau bagian hotel di setiap hotel bervariasi sesuai dengan kelas dan ukuran hotel. Bagian hotel diantaranya *Front Office Department, Accounting Department, Human Resource Development, Marketing Department, Purchasing Department, Food and Beverage Department, House keeping, Planning*

*Department, Security Department.* Tujuan dari banyaknya departemen tersebut adalah untuk membantu pelaksanaan operasional hotel sesuai dengan tujuan dan sasaran yang dapat dicapai. Hotel selalu meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan kinerja bisnis. Menurut Bagyono (2012), front office berasal dari kata bahasa Inggris “*front*” yang berarti depan dan “*office*” yang berarti kantor. Kantor depan itu sendiri dalam arti hotel adalah kantor depan hotel, yaitu departemen di depan hotel, tepat di sebelah pintu atau lobi hotel. Front Office adalah pusat informasi untuk semua aktivitas tamu. *Front office* juga disebut sebagai tempat pertama dan terakhir tamu. Menurut Agusnawar (2002:1) *Front Desk Department* sendiri merupakan bagian dari hotel yang secara langsung memberikan pelayanan kepada tamu, mulai dari melakukan reservasi calon tamu sampai dengan tamu menginap dan keluar (*checkout*) hotel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa front desk department merupakan tempat pertama dan terakhir pelanggan, artinya pelanggan akan datang pertama kali ke hotel dan bertemu langsung dengan resepsionis dan pada saat *checkout*, pelanggan juga akan menghubungi pihak hotel. Staf meja depan, jadi tidak ada salahnya pelanggan merasa seperti berada di departemen. *Front Desk Service* terdiri dari beberapa departemen yaitu *Reception, Reservations, Operator, Customer Relationship Management, Uniforms/Concierge Services.*

Dengan tetap menjaga kelancaran operasional departemen *front office*, penulis memfokuskan pada satu departemen yaitu departemen *door*. Bagian *Concierge* adalah staf yang bertanggung jawab menerima dan mengantarkan barang, menanganinya, menyambut tamu di lobi, serta berfungsi sebagai pusat informasi (Soenarno, 2006: 87). Sedangkan menurut (Suarthana, 2006:27) dalam buku berjudul *Front Office* edisi Manajemen Perhotelan, artinya bekerja sebagai *concierge* berarti tujuan kami adalah untuk memastikan bahwa semua kebutuhan dan persyaratan tamu dapat diakomodasi dan setiap pelanggan memiliki kenangan indah selama mereka menginap. Untuk itu, seorang *concierge* harus dapat mengetahui atau menguasai berbagai informasi mengenai informasi terkini dan selalu *up-to-date* terutama yang ada di dalam hotel maupun di luar hotel seperti tempat wisata, tempat makan, pusat perbelanjaan, pusat oleh-oleh, dan peristiwa terjadi secara berbeda. Hotel dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap tamu yang datang, terutama kualitas pelayanan yang ada pada *concierge*. Pelanggan akan beralih ke *concierge* jika mengalami kesulitan dan ingin meminta informasi hotel lain atau informasi yang mereka butuhkan. Pelanggan akan datang ke meja *concierge* dengan pertanyaan, saran dan permintaan untuk diselesaikan. Berbagai masalah di sekitar Hotel. Tugas dan tanggung jawab General Janitor meliputi:

Kelola semua bagasi tamu, mulai dari *check-in* dan *check-out*, hingga penyimpanan bagasi dan transfer kamar. Sebagai layanan pengiriman surat atau pesan yang diperlukan; Kelola transportasi tamu dari penjemputan hingga pengiriman jika diperlukan. Sebagai penghubung informasi internal seperti (acara hari ini, fasilitas) di hotel dan eksternal seperti (jam buka pusat perbelanjaan, jarak tempuh ke suatu lokasi). Oleh karena itu, penjaga pintu harus dapat mengetahui atau mengelola berbagai informasi tentang informasi terkini dan selalu *update* terutama yang ada di dalam maupun di luar hotel, seperti tempat wisata, tempat kuliner, pusat perbelanjaan, pusat oleh-oleh dan berbagai *event*, acara dan tempat-tempat penting Hotel harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap tamunya, terutama kualitas pelayanan bagian pintu. Para tamu harus menghubungi pramutamu jika mereka memiliki masalah dan menginginkan informasi lain tentang hotel atau informasi apa yang mereka butuhkan. Departemen pintu adalah pusat layanan yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dan memberikan kesan positif. Pramutamu harus memiliki strategi dan

bekerja sesuai SOP (*Standard Operating Procedure*), dalam hal ini menjemput tamu dari bandara atau stasiun kereta api dan mengangkut barang bawaan tamu pada saat check-in, dan untuk memeriksa, menyimpan barang dan menerima permintaan transportasi.

Kepuasan tamu mengukur keberhasilan dan kualitas pelayanan hotel. Menurut Lupiyoad (2001:148) Definisi kualitas layanan adalah ukuran sejauh mana tingkat layanan yang diberikan dapat dicapai berdasarkan harapan pelanggan. Tjiptono dan Chandra (2016:157). Sedangkan menurut Kotler (2000:25), Kualitas pelayanan adalah keberhasilan hotel yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan baik yang nyata maupun yang tersembunyi. Bagi bisnis yang bergerak di bidang jasa, memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan adalah suatu keharusan mutlak jika ingin bisnis Anda berhasil. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa yaitu perhotelan. Terdapat 5 indikator kualitas layanan, pelanggan akan melakukan evaluasi khusus terhadap efektivitas layanan (Tjiptono dan Chandra, 2016:137) diantaranya *Tangible*, kemampuan menampilkan keberadaan perusahaan dalam kaitannya dengan fasilitas, peralatan, material, dan penampilan karyawan sebagai daya tarik. Keandalan, berkaitan dengan ketepatan dan kesesuaian dengan waktu yang telah disepakati dalam penyampaian jasa. Daya tanggap, kemampuan dan kemauan agen untuk membantu pelanggan dan kemudian memproses permintaan mereka, serta memberi tahu kapan layanan akan diberikan dan melakukannya dengan cepat dan tepat waktu. Ketegasan, yang mengacu pada kemampuan seorang manajer atau karyawan untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap bisnis dan berusaha untuk menciptakan rasa aman dan nyaman. Empati, kemampuan perusahaan untuk memahami masalah yang dihadapi pelanggan dan kemudian bertindak untuk kepentingan pelanggan, misalnya dengan merawat mereka secara pribadi.

## **METODE PENELITIAN**

Metode atau teknik pengumpulan data adalah Langkah paling strategis dalam penelitian untuk mendapatkan tujuan utama dari penelitian yaitu mendapatkan data. Untuk mendapatkan data atau informasi peneliti menggunakan metode pengumpulan data yang pertama, Observasi. Menurut Zainal Arifin dalam buku (Kristanto, 2018) observasi merupakan proses yang diawali dengan pengamatan kemudian pencatatan yang sistematis, logis, objektif dan rasional terhadap fenomena sebenarnya, maupun situasi buatan. Proses pengamatan ini berlangsung dan dilakukan di Shangri-La Hotel Surabaya. Cara pengamatan dilakukan dengan cara mengamati kegiatan sehari-hari pelayanan di ConciergeSection. Metode kedua adalah Wawancara. Wawancara adalah pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dengan cara memberikan sesi tanya jawab yang nantinya dapat dikerucutkan dan dibuat kesimpulan (Esterberg dalam Sugiyono, 2015:72). Wawancara dilakukan dengan memberikan pertanyaan langsung dan terbuka kepada narasumber yang berhubungan dengan rumusan masalah dan menjadi data yang dibutuhkan. Penelitian dilakukan dengan mewawancarai narasumber selaku *Bell Captain* dan *Staff Concierge* Shangri-La Hotel. Metode selanjutnya yang digunakan adalah Studi dokumen. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Kredibilitas hasil penelitian kualitatif akan semakin tinggi jika menggunakan studi dokumen (Sugiyono, 2005:83).

Obyek penelitian merupakan hal yang perlu mendapat perhatian dalam suatu penelitian, obyek penelitian itu sendiri dapat menjadi sasaran untuk

mencapai jawaban dan solusi dari permasalahan yang diajukan. Objek penelitian ini adalah strategi pelayanan *conciierge* untuk meningkatkan kelancaran operasional hotel guna menunjang kepuasan tamu di Shangri-La Surabaya. Subjek penelitian adalah orang atau individu yang membantu sebagai penyedia informasi yang kemudian akan dikumpulkan untuk membantu menjawab pertanyaan yang diajukan. Dalam penelitian ini subjek individu yang akan membantu dan memberikan masukan adalah petugas sanitasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian berbasis fenomena untuk penelitian dalam kondisi ilmiah dimana peneliti sendiri sebagai alatnya, metode ini lebih menitik beratkan pada makna. Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan fenomena atau objek penelitian melalui aktivitas sosial, sikap dan persepsi orang sebagai individu atau kelompok (Sugiyono, 2018:213).

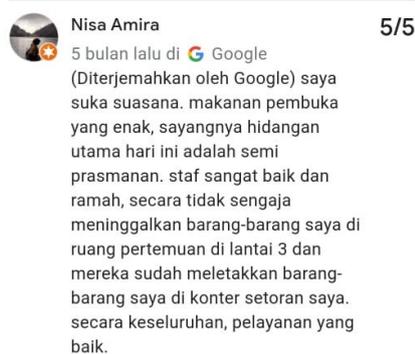
### HASIL DAN PEMBAHASAN

Kepuasan tamu merupakan ukuran keberhasilan kualitas pelayanan hotel. Mencapai kepuasan pelanggan bukanlah hal yang mudah, apalagi untuk mendapatkan tingkat kepercayaan pelanggan, semua itu harus dilakukan secara terstruktur dan menggunakan strategi yang kompleks. Berikut adalah strategi yang digunakan oleh *conciierge* Shangri - Hotel Surabaya dalam upaya meningkatkan pelayanan kualitas: Menjaga penampilan, penampilan merupakan bentuk persepsi diri seseorang dan sarana komunikasi di antara mereka. Dengan tampilan yang menarik akan membuat orang yang melihatnya terkesan, menjadi salah satu kunci utama dalam bekerja, apalagi bekerja dengan banyak tamu. Ini banyak berhubungan dengan pekerjaan hotel, terutama pekerjaan pramu tamu, di mana staf hotel banyak berinteraksi langsung dengan tamu. *Grooming* tidak hanya mencakup kebersihan dalam dan luar, perawatan dalam menyangkut esensi perawatan bersih, memiliki kebiasaan rapi dan tidak kotor. Sedangkan kebersihan lahiriah adalah penampilan busana dan rias wajah. Perawatan standar untuk pramu tamu di Shangri-La Hotel Surabaya adalah sebagai berikut: Rambut harus rapi, tidak lebih panjang dari kerah, tidak ditata terlalu rewel atau berlebihan, harus selalu dicukur bersih (kumis dan jenggot). Tangan dan kuku harus selalu bersih dan pendek, dan *make-up* apapun dilarang. Cincin, jam tangan, kalung, gelang dengan desain sederhana yang tidak serasi dengan busana dan tidak memakai anting. Seragam harus digunakan sesuai peraturan, sesuai peraturan, bersih, ganti seragam secara teratur dan gunakan papan nama sesuai peraturan. Sepatu harus selalu dipoles dan dalam kondisi baik. Kaus kaki harus berwarna gelap, tanpa kulit di antara sepatu, kaus kaki, dan celana. Sandal atau sepatu kets tidak diperbolehkan. Dengan standar *grooming* yang diterapkan oleh staf hotel ini, pelanggan akan merasa puas apabila dilayani oleh staf yang rapi, bersih dan ramah sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan dan pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel. Sebagai mana dimaksud "Perawatan sangat penting untuk *conciierge* karena kami sebagai *Frontline Officer* berurusan langsung dengan tamu." Kapten Bell.

Menerapkan standar yang baik juga akan memberikan efek positif bagi karyawan Hotel serta harga diri pegawai, karena dapat membantu meningkatkan suasana hati yang baik. *Reliability*, dalam pelayanan *front desk* khususnya pada *conciierge*, kinerja *staff* harus sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan dan jika memungkinkan melebihi harapan pelanggan. Ketepatan waktu dan kecerdikan dalam menghadapi tamu akan menciptakan kepuasan bagi diri mereka sendiri. Dalam hal itu, melakukan layanan yang sama untuk semua pelanggan yang dilayani tanpa memandang status sosialnya juga merupakan kemampuan staf hotel untuk memberikan layanan. *Conciierge* Hotel Shangri-La sendiri, untuk

menciptakan staf yang dapat bekerja secara profesional, mereka mengadakan *briefing* untuk seluruh staf yang ada, biasanya pada shift sore. Pembekalan ini dimaksudkan agar dapat meningkatkan keramahan dan kesadaran seluruh karyawan yang terlibat serta memotivasi mereka untuk melaksanakan pekerjaan sesuai proses, hal ini dikonfirmasi oleh umpan balik pelanggan.

Dalam sebuah artikel oleh Rahmi, ia mengatakan bahwa petugas membawa barang bawaan pelanggan saat tamu *check out*, yang membuktikan bahwa petugas telah bekerja keras untuk meningkatkan kualitas layanan dengan membantu barang bawaan pelanggan saat *check out* untuk pelanggan, melakukan tugas mereka. Tugas sesuai prosedur, daya tanggap dan kemampuan petugas *conciierge* dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan secara tepat waktu, akurat dan tanggap merupakan salah satu faktor yang mendukung kepuasan pelanggan. Staf pramu tamu adalah yang pertama dan terakhir yang membantu tamu dengan layanan, jadi di sinilah para tamu mengevaluasi layanan yang diberikan oleh staf hotel pada umumnya. Misalnya saat tamu datang, petugas front desk Hotel Shangri-La Surabaya akan dengan cepat membantu jika melihat tamu membawa banyak barang, dan juga akan membantu saat tamu pulang, kemudian membantu membawakan barang bawaan tamu jika diperlukan, ditinggalkan di hotel dengan kerjasama rumah tangga. Hal ini diperkuat dengan review dari internet. Menurut ulasan pelanggan, *customer service* yang baik adalah hasil dari petugas house keeping yang bekerjasama dengan petugas front desk menemukan barang-barang yang tertinggal akan dirapikan dan disimpan dengan baik (kamar mana, siapa yang menemukannya) untuk memverifikasi jika ada yang meminta barang tersebut.



Gambar 2. Ulasan Tamu

Empati karyawan menciptakan lingkungan kerja yang positif, mampu menanggapi keluhan hotel dengan mengutamakan pelayanan akan menciptakan kenyamanan tamu. Selama pelaksanaan pekerjaan, petugas *conciierge* di Hotel Shangri-La Surabaya sering menerima keluhan dari pelanggan. Saat menanggapi keluhan tersebut sebagai *caregiver*, kita harus mengutamakan kepedulian dan profesionalisme. Jika tamu mengeluhkan masalah pelayanan yang kurang memuaskan, maka pihak *conciierge* harus merespon dengan sopan dan segera sesuai prosedur Shangri-La Hotel Surabaya. Seperti yang dijelaskan oleh *conciierge*, contoh sikap empati adalah *conciierge* di hotel Shangri-La Surabaya.

Memastikan kepercayaan terkait dengan kemampuan dan kepastian yang dimiliki pelanggan dari perilaku staf hotel guna memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap Shangri-La Hotel Surabaya sehingga pelanggan merasa aman. Pramu tamu hotel Shangri-La Surabaya mempraktikkan keramahan tamahan dan kesopanan, mereka selalu menyambut tamu yang datang, kemudian saat melayani barang bawaan tamu, pramu tamu akan memberikan tag bagasi untuk

menyimpan barang, penggunaannya tidak bingung dan jika pelanggan tidak memilikinya. bagasi, label yang diberikan oleh pramu tamu berarti bahwa pelanggan tidak diperbolehkan membawa barang tersebut dan berusaha untuk memastikan ketepatan waktu dengan pemrosesan cepat dan respons yang cepat.

Berdasarkan tanggapan wawancara di atas, tamu harus merasa aman karena petugas mengikuti prosedur standar. Hal ini akan berdampak positif di masa depan jika dilakukan secara konsisten. Setiap karyawan di Shangri-La Hotel Surabaya juga secara rutin dilatih mengenai informasi terkait layanan dan produk yang dijual untuk dapat menjawab setiap pertanyaan dari pelanggan. Seperti yang sudah dijelaskan, pelanggan merupakan aset penting dari hotel, oleh karena itu pihak hotel harus selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Dengan komitmen tersebut dijalankan secara optimal, maka hotel Shangri-La Surabaya akan memiliki citra yang baik.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil pembahasan diatas mengenai penerapan strategi *conciierge* untuk meningkatkan kualitas pelayanan Shangri-la Hotel Surabaya dapat disimpulkan bahwa *staffconciierge* mengelola bisnis atau strateginya dalam merespon kepuasan pelanggan dengan cukup baik. Indikator seperti selalu menjaga dengan baik, kehandalan dalam bekerja mengutamakan ketepatan waktu dan kemudahan dalam menangani tamu sesuai prosedur yang ada. Kemudian dengan cepat, akurat, dan sensitif. Menanggapi kondisi lingkungan khususnya di *lobby*, membuat tamu merasa aman dan nyaman di hotel, membantu tamu dengan menjawab permasalahan pelanggan dan menawarkan solusi, serta meraih kepercayaan pelanggan dengan selalu menerapkan keramahan dan kesopanan dalam menerima dan membantu tamu.

Namun dalam penyelesaian tugas juga terdapat beberapa kendala yaitu keterbatasan jumlah Sumber Daya Manusia. yang dapat menyebabkan kinerja kurang optimal, ketika beberapa tamu dilayani pada waktu yang sama, dan kemudian kurangnya komunikasi internal. Ketidakpedulian karyawan, seperti Kelalaian mengisi formulir transfer mengakibatkan informasi tidak dibagikan dan terdapat staf yang kurang menguasai sistem dan bahasa asing, yang dapat menghambat operasional *front office*. Berdasarkan hasil diskusi dan wawancara, penulis memiliki saran untuk pihak hotel agar meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanan *conciierge* di Shangri-La Hotel Surabaya antara lain:

Menambah jumlah karyawan untuk meningkatkan efisiensi kerja dan juga menjaga kualitas kecepatan dan ketepatan dalam memberikan pelayanan kepada tamu hotel, melatih karyawan dalam praktik dan pengetahuan baru tentang sistem, serta menjaga kekompakan dan keharmonisan bagi setiap karyawan Hotel Shangri-La Surabaya , khususnya bagian pintu, harus ditingkatkan dengan saling mengingatkan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agusnawar. 2002. *Pengantar Operasional Kantor Depan Hotel*. Jakarta: PT. Perco.
- Arief. 2005. *Pengantar Ilmu Perhotelan dan Restoran*. Yogyakarta: Penerit Graha Ilmu.
- Bagyono. (2012). *Teori dan Praktek Hotel Front Office*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip.(2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Keputusan Menteri Nomor KM.94/HK.103/MPPT-87 *Ketentuan Usaha dan Penggolongan Hotel*. (1987). From <https://jdih.kememparekraf.go.id/katalog-404-Keputusan%20Menteri>.
- Kristanto, V. H. (2018). *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah I*.

- Lupiyoadi, Rambat. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Salemba: Jakarta, 2011.
- Pratiwi, Aulia., Taufiq, Riza., dan Nurlena. 2021. *Peranan Concierge Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Tamu Di Santika Premiere Dyandra Hotel Medan*. ISSN : 2442-5826 Vol.7, No.4 Agustus 2021.
- Poerwadarminta, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka, 2006
- Rosyid, Azis Nur., dan Mukti, Artin Bayu. 2020. *Analisis Kerja Dan Kualitas Pelayanan Concierge Terhadap Kepuasan Tamu Grand Edge Hotel*. Semarang, Indonesia: Universitas Stikubank. P-ISSN: 2088-4834 E-ISSN : 2685-5534 Vol.9 No.1 Juni 2020.
- Sulastiyono, A. (2007). *Teknik dan Prosedur Divisi kamar pada bidang Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Suwarman , Ujang. 2003. *Perilaku Konsume: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung
- Suarthana. 2006. *Manajemen Perhotelan edisi Kantor Depan*. Kuta Utara: Mapindo
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius, 2016, *Service, Quality dan CustomerSatisfaction Edisi 5*, Andi: Yogyakarta.
- Soenarno, A. (2006). *Front officemanagement*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widyaningrum, Ika Devi. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat*. Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia