

**PENGARUH PROFESIONALISME FRONT DESK AGENT DALAM  
PENANGANAN KELUHAN (SERVICE RECOVERY) TERHADAP MINAT  
KUNJUNGAN ULANG TAMU DI HOTEL ARYADUTA MANADO**

Adinda Christy Tatoya<sup>1</sup>, Dianne O. Rondonuwu<sup>2</sup>, Benny I. Towoliu<sup>3</sup>

<sup>1,2,3M</sup>Program Studi D-IV Manajemen Perhotelan, Jurusan Pariwisata, Politeknik  
Negeri Manado

[adindatatoya@gmail.com](mailto:adindatatoya@gmail.com)<sup>1</sup>, [diannerondonuwu@gmail.com](mailto:diannerondonuwu@gmail.com)<sup>2</sup>,

[benny.towoliu@gmail.com](mailto:benny.towoliu@gmail.com)<sup>3</sup>

**ABSTRACT**

*This study examines how the professionalism of Front Desk Agents (FDA) shapes service recovery and guests' intention to revisit, while testing whether service recovery mediates that relationship at Hotel Aryaduta Manado. Adopting a quantitative design, the research applied saturated sampling to 30 respondents—every guest who lodged a complaint between March and May 2026 according to the hotel's official complaint log. Data gathered through Likert-scale questionnaires were processed using path analysis in SPSS version 27, complemented by the Sobel test for the mediation pathway. The findings reveal that FDA professionalism exerts a positive and significant effect on service recovery ( $B = 0.658$ ;  $\text{Sig.} = 0.001$ ;  $R^2 = 0.450$ ), that service recovery in turn significantly raises revisit intention ( $B = 0.609$ ;  $\text{Sig.} = 0.004$ ), and that service recovery significantly mediates the link between professionalism and revisit intention (Sobel  $Z = 2.407$ ; indirect effect =  $0.401$ ), pointing to partial mediation. These results substantiate the Service Recovery Paradox in a four-star hotel setting in Manado and position FDA professionalism as a strategic asset operating through two simultaneous routes—directly cultivating guest loyalty and indirectly through effective service recovery.*

**Keywords:** Professionalism, Front Desk Agent, Service Recovery, Revisit Intention

**ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji bagaimana profesionalisme Front Desk Agent (FDA) memengaruhi penanganan keluhan (service recovery) serta minat tamu untuk berkunjung kembali, sekaligus menguji peran service recovery sebagai variabel perantara di Hotel Aryaduta Manado. Pendekatan yang dipakai bersifat kuantitatif dengan teknik sampling jenuh terhadap 30 responden, yakni seluruh tamu yang menyampaikan keluhan sepanjang Maret hingga Mei 2026 sebagaimana tercatat dalam complaint log resmi hotel. Data dihimpun melalui kuesioner berskala Likert lalu diolah memakai analisis jalur pada SPSS versi 27 dan diperkuat Uji Sobel untuk menelaah efek mediasi. Hasilnya memperlihatkan bahwa profesionalisme FDA berpengaruh positif dan signifikan terhadap service recovery ( $B = 0,658$ ;  $\text{Sig.} = 0,001$ ;  $R^2 = 0,450$ ), service recovery secara signifikan mendorong minat kunjungan ulang ( $B = 0,609$ ;  $\text{Sig.} = 0,004$ ), dan service recovery terbukti memediasi hubungan antara profesionalisme dengan minat kunjungan ulang secara signifikan ( $Z\text{-Sobel} = 2,407$ ; pengaruh tidak langsung =  $0,401$ ) sehingga tergolong mediasi parsial. Temuan ini menegaskan keberadaan Service Recovery Paradox pada konteks

hotel bintang empat di Manado dan menempatkan profesionalisme FDA sebagai aset strategis yang bekerja melalui dua jalur sekaligus, yaitu secara langsung membangun loyalitas tamu dan secara tidak langsung lewat efektivitas pemulihan layanan.

**Kata Kunci:** Profesionalisme, Front Desk Agent, Service Recovery, Minat Kunjungan Ulang

### **A. Pendahuluan**

Industri perhotelan tergolong sektor yang sangat dinamis dan keberlangsungannya bertumpu pada mutu pelayanan. Di kota yang terus berkembang seperti Manado, persaingan antarhotel berbintang kian ketat sehingga pengelola dituntut tidak sekadar mengandalkan kemegahan fasilitas fisik, melainkan juga keunggulan sumber daya manusianya. Tjiptono (2019) menegaskan bahwa pada industri jasa kepuasan pelanggan banyak ditentukan oleh interaksi langsung antara karyawan dan tamu. Ketika layanan prima gagal dihadirkan, reputasi hotel dapat tergerus dan keinginan tamu untuk datang kembali pun ikut menyusut.

Sebagai hotel bintang empat yang menempati lokasi strategis di jantung Kota Manado, Hotel Aryaduta Manado memikul tuntutan ganda, yaitu menyediakan fasilitas yang memadai sekaligus menjaga kualitas layanan tetap unggul. Dalam lanskap

jasa, perjumpaan antara tamu dan staf menjadi penentu utama kepuasan, dan di titik inilah Front Desk Agent (FDA) memegang peran vital sebagai kontak pertama sekaligus terakhir (first and last impression). Profesionalisme FDA pun menjadi pondasi yang menumbuhkan kepercayaan tamu terhadap kredibilitas hotel.

Kendati demikian, kegagalan layanan tidak pernah dapat dihindari sepenuhnya. Pengamatan penulis selama menjalani praktik kerja lapangan di Hotel Aryaduta Manado memunculkan satu fenomena menarik: sejumlah tamu yang sempat mengalami ketidaknyamanan—misalnya keterlambatan check-in atau kendala fasilitas kamar—justeru memilih untuk kembali menginap di kemudian hari. Penelusuran lebih lanjut menunjukkan bahwa keputusan tersebut dipicu oleh respons FDA yang sigap dan profesional ketika menuntaskan keluhan. Sebaliknya, penanganan yang lamban atau minim

empati berisiko melahirkan ulasan negatif dan keengganan tamu untuk datang lagi.

Pola “tamu tetap kembali meski pernah kecewa” ini mengisyaratkan bahwa profesionalisme dalam proses service recovery memiliki daya untuk mengubah kegagalan menjadi loyalitas. Secara teoretis, kompetensi, sikap, dan tanggung jawab staf merupakan kunci keberhasilan pemulihan layanan. Lovelock dan Wirtz (2011) menamai kondisi ini sebagai Service Recovery Paradox, yakni keadaan ketika tamu justru merasa lebih puas setelah masalahnya diselesaikan dengan baik dibandingkan bila tidak pernah ada masalah sama sekali. Bila FDA mampu menampilkan profesionalisme di tengah komplain, persepsi risiko tamu menurun dan minat kunjungan ulang (revisit intention) cenderung meningkat.

Profesionalisme dalam ranah perhotelan tidak terbatas pada keahlian teknis semata. Sugiarto (2018) memaknainya sebagai rangkaian kualitas karakter yang menandai sebuah profesi, yang pada tataran operasional hotel kerap dijabarkan ke dalam empat dimensi, yaitu keterampilan (skill),

pengetahuan (knowledge), sikap (attitude), dan penampilan (appearance). Mai dan Huynh (2014) bahkan membuktikan bahwa profesionalisme staf front desk berkorelasi langsung dengan kepuasan tamu serta niat mereka untuk kembali menginap. Adapun efektivitas service recovery, sebagaimana ditegaskan Tjiptono dan Chandra (2016), sangat bergantung pada persepsi keadilan tamu yang meliputi keadilan hasil (distributive justice), keadilan proses (procedural justice), dan keadilan interaksi (interactional justice).

Sejumlah penelitian terdahulu telah menyoroti keterkaitan antara kualitas staf front office dengan kepuasan maupun niat kunjungan ulang tamu. Beberapa kajian yang menjadi rujukan sekaligus pembanding bagi penelitian ini dirangkum pada Tabel 1. Perbedaan utama penelitian ini terletak pada penempatan service recovery sebagai variabel mediasi yang menghubungkan profesionalisme FDA dengan minat kunjungan ulang, suatu aspek yang belum dikaji secara khusus pada penelitian-penelitian sebelumnya.

**Tabel 1**  
**Tinjauan Penelitian Sebelumnya**

| No | Nama dan Judul Penelitian                                                                                                                                                                         | Metode      | Hasil                                                                                                                     | Perbedaan                                                                                          |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Jawabreh, O., Masa'deh, R., Fayoumi, T. A., & Bareya, A. (2022). Customer Satisfaction Towards Communication Skills of Front Office Staff at the Hotel.                                           | Kuantitatif | Keterampilan komunikasi staf front office berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan.                                  | Tidak membahas service recovery; jumlah sampel dan variabel berbeda.                               |
| 2  | Cahyadi, L., Parera, S. C., Yulius, K. G., Jonathan, C. L., & Fabianto, J. (2024). The Effects of Communication Skills of Front Office Staff Towards Customer Satisfaction and Revisit Intention. | Kuantitatif | Keterampilan komunikasi staf front office berpengaruh positif terhadap kepuasan yang mengarah pada niat kembali menginap. | Tidak membahas penanganan keluhan; jumlah responden dan variabel berbeda.                          |
| 3  | Mai, N. K., & Huynh, D. N. (2014). The Effects of Professionalism of Hotel Front Desk Staff on Customer Satisfaction and Revisit Intention.                                                       | Kuantitatif | Profesionalisme staf front desk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu dan revisit intention.          | Tidak menempatkan service recovery sebagai mediasi; lokasi, jumlah responden, dan konteks berbeda. |

Bertolak dari uraian tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menelaah sejauh mana profesionalisme FDA berperan dalam efektivitas penanganan keluhan serta membuktikan pengaruhnya terhadap keputusan tamu untuk berkunjung kembali, baik secara langsung maupun melalui proses service recovery di Hotel Aryaduta Manado. Secara spesifik, tujuan penelitian mencakup tiga hal: pertama, menganalisis pengaruh profesionalisme FDA terhadap keberhasilan service recovery; kedua, menganalisis pengaruh service recovery terhadap minat kunjungan ulang; dan ketiga, menguji peran service recovery dalam memediasi

pengaruh profesionalisme FDA terhadap minat kunjungan ulang.

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang menekankan pengukuran objektif dan analisis statistik atas data yang dikumpulkan guna menguji hipotesis. Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa metode kuantitatif berpijak pada filsafat positivisme dan diterapkan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu menggunakan instrumen yang objektif. Lokasi penelitian adalah Hotel Aryaduta Manado yang beralamat di Jalan Piere Tendean, Boulevard, Manado, sementara pelaksanaannya

berlangsung sepanjang Maret hingga Mei 2026.

Populasi penelitian mencakup seluruh tamu yang pernah menyampaikan keluhan selama menginap, yang teridentifikasi melalui complaint log resmi hotel atas persetujuan manajemen dan Supervisor Front Office. Berdasarkan rata-rata sekitar sepuluh keluhan per bulan dalam dua tahun terakhir, jumlah populasi selama tiga bulan periode penelitian diperkirakan sebanyak 30 orang. Mengacu pada Arikunto (2010) yang menyarankan pengambilan seluruh populasi apabila subjek kurang dari 100 orang, penelitian ini menerapkan teknik sampling jenuh sehingga keseluruhan 30 tamu menjadi responden (studi sensus). Keluhan yang dimaksud meliputi empat kategori menurut

Norwell (2005), yaitu mechanical complaint, attitudinal complaint, service-related complaint, dan unusual complaint.

Terdapat tiga variabel yang dilibatkan, yakni profesionalisme FDA sebagai variabel bebas (X), penanganan keluhan atau service recovery sebagai variabel mediasi (Y), dan minat kunjungan ulang sebagai variabel terikat (Y1). Definisi operasional masing-masing variabel beserta indikatornya disajikan pada Tabel 2. Setiap variabel diukur menggunakan kuesioner berskala Likert lima poin sebagaimana dirinci pada Tabel 3, dengan empat butir pernyataan per variabel agar tingkat respons tetap optimal mengingat responden baru saja mengalami kegagalan layanan.

**Tabel 2**  
**Definisi Operasional Variabel dan Indikator**

| Variabel                   | Definisi                                                                           | Indikator                                                                 |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| Profesionalisme FDA (X)    | Kompetensi dan sikap staf front desk dalam menjalankan tugas sesuai standar hotel. | Skill, Knowledge, Attitude, Appearance                                    |
| Service Recovery (Y)       | Tindakan pemulihan yang diambil hotel atas kegagalan layanan yang dialami tamu.    | Distributive, Procedural, dan Interactional Justice, serta Responsiveness |
| Minat Kunjungan Ulang (Y1) | Kecenderungan dan niat tamu untuk kembali menggunakan jasa hotel.                  | Niat transaksional, referensial, dan preferensial                         |

**Tabel 3**  
**Skala Likert**

| Pilihan Jawaban | Kode | Skor |
|-----------------|------|------|
| Sangat Setuju   | SS   | 5    |

| Pilihan Jawaban     | Kode | Skor |
|---------------------|------|------|
| Setuju              | S    | 4    |
| Netral              | N    | 3    |
| Tidak Setuju        | TS   | 2    |
| Sangat Tidak Setuju | STS  | 1    |

Sebelum digunakan, instrumen diuji melalui pilot study terhadap 15 responden yang memiliki karakteristik serupa. Uji validitas dilakukan dengan korelasi Pearson Product Moment—butir dinyatakan valid bila  $r$  hitung melebihi  $r$  tabel—sedangkan reliabilitas diukur memakai Cronbach's Alpha dengan ambang minimum 0,60 (Ghozali, 2018). Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas dengan Shapiro-Wilk (karena  $N$  kurang dari 50), uji multikolinearitas (kriteria VIF kurang dari 5 atau Tolerance lebih dari 0,20), dan uji heteroskedastisitas melalui Uji Glejser (nilai signifikansi harus lebih dari 0,05).

Pengujian hipotesis menggunakan analisis jalur (path analysis) yang dijalankan pada SPSS versi 27 melalui dua model regresi. Model pertama menguji pengaruh profesionalisme ( $X$ ) terhadap service recovery ( $Y$ ), sedangkan model kedua menguji pengaruh profesionalisme ( $X$ ) dan service recovery ( $Y$ ) secara bersama terhadap minat kunjungan

ulang ( $Y_1$ ). Besarnya pengaruh tidak langsung dihitung dari hasil kali koefisien jalur  $a$  dan  $b$ , lalu signifikansinya diuji dengan Uji Sobel. Pengaruh mediasi dinyatakan signifikan apabila nilai mutlak  $Z$  melebihi 1,96 pada taraf lima persen.

## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **1. Gambaran Umum Objek Penelitian**

Hotel Aryaduta Manado pada mulanya bernama Novotel, dibangun pada 1991 dan resmi beroperasi melalui soft opening pada 6 November 1996 di bawah manajemen Accor Pacific Group. Pada tahun 2000 pengelolaan diambil alih oleh PT Bina Perkasa Indograha sehingga lisensinya berganti menjadi Ritzy. Selanjutnya pada 2011, PT Menara Abadi Megah di bawah bendera Lippo Group mengelola properti ini dan memperkenalkannya kepada publik sebagai Hotel Aryaduta Manado, yang menjadi hotel kesembilan dalam jaringan Lippo. Penyegaran merek (rebranding) pada 2015 menyederhanakan penyebutan

menjadi Aryaduta yang diikuti nama lokasi, yaitu Manado.

Secara korporat, Hotel Aryaduta Manado mengusung visi untuk menciptakan merek hotel ikon Indonesia yang mampu berkompetisi secara global. Visi tersebut diterjemahkan ke dalam misi yang menekankan integritas, investasi pada ilmu pengetahuan dan inovasi, pemberian empati, penyajian pengalaman unik yang konsisten, serta penciptaan lingkungan yang nyaman dan menyenangkan baik bagi seluruh tim maupun tamu.

Sebagai hotel bintang empat, Aryaduta Manado memiliki 199 kamar

yang terbagi ke dalam beberapa tipe, mulai dari Deluxe, Deluxe Ocean, Junior Suite, Suite, Suite Balcony, Executive Suite, hingga Presidential Suite. Hotel ini juga dilengkapi dua restoran, yakni Amicoo Italian Restaurant yang berkonsep masakan Italia dan Cakrawala Restaurant yang menyajikan menu lokal serta Western, disertai fasilitas penunjang berupa kolam renang, pusat kebugaran, dan Alaya Spa. Selain itu, tersedia sejumlah ruang pertemuan dengan beragam kapasitas sebagaimana dirangkum pada Tabel 4.

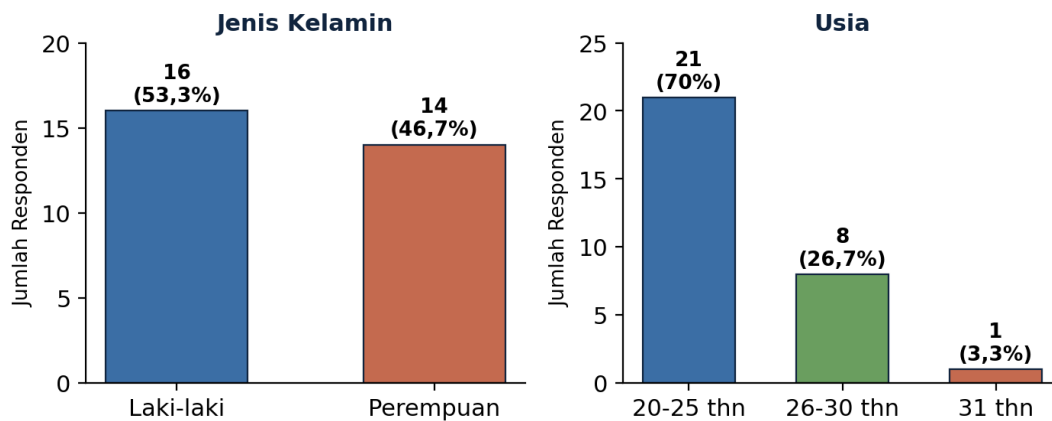
**Tabel 4**  
**Jenis dan Kapasitas Meeting Room**

| <b>Ruangan</b> | <b>Class Room</b> | <b>Round Table</b> | <b>Theatre</b> | <b>U-Shape</b> |
|----------------|-------------------|--------------------|----------------|----------------|
| Ballroom       | 700 pax           | 500 pax            | 1500 pax       | –              |
| Talud 1, 2, 3  | 200 pax           | 150 pax            | 350 pax        | –              |
| Bunaken 1, 2   | 150 pax           | 80 pax             | 200 pax        | 25 pax         |
| Siladen 1, 2   | 150 pax           | 80 pax             | 200 pax        | 25 pax         |
| VIP Cakrawala  | 35 pax            | 30 pax             | 60 pax         | 30 pax         |

## **2. Karakteristik Responden**

Komposisi 30 tamu yang menjadi responden berdasarkan jenis kelamin dan usia disajikan pada Gambar 1. Mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki, yaitu 16 orang (53,3%), sementara perempuan

berjumlah 14 orang (46,7%). Ditinjau dari usia, kelompok 20–25 tahun mendominasi dengan 21 orang (70%), diikuti kelompok 26–30 tahun sebanyak 8 orang (26,7%), dan tamu berusia 31 tahun sebanyak 1 orang (3,3%).



Gambar 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

**3. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Hasil uji validitas memperlihatkan bahwa seluruh butir pernyataan pada ketiga variabel menghasilkan  $r$  hitung yang melampaui  $r$  tabel sebesar 0,361 (untuk  $N = 30$  pada taraf signifikansi lima persen), sehingga seluruh item dinyatakan valid sebagaimana terlihat pada Tabel 5.

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel X, Y, dan Y1**

| Item | $r$ Hitung | $r$ Tabel ( $N=30$ ) | Keterangan |
|------|------------|----------------------|------------|
| X1   | 0,824      | 0,361                | Valid      |
| X2   | 0,866      | 0,361                | Valid      |
| X3   | 0,789      | 0,361                | Valid      |
| X4   | 0,878      | 0,361                | Valid      |
| Y1   | 0,731      | 0,361                | Valid      |
| Y2   | 0,836      | 0,361                | Valid      |
| Y3   | 0,723      | 0,361                | Valid      |
| Y4   | 0,822      | 0,361                | Valid      |
| Y1.1 | 0,750      | 0,361                | Valid      |
| Y1.2 | 0,810      | 0,361                | Valid      |
| Y1.3 | 0,842      | 0,361                | Valid      |
| Y1.4 | 0,858      | 0,361                | Valid      |

Adapun uji reliabilitas Service Recovery sebesar 0,885, dan menunjukkan nilai Cronbach's Alpha Minat Kunjungan Ulang sebesar 0,901—sehingga seluruh instrumen dinyatakan valid serta layak digunakan pada ketiga variabel—dinilai konsisten serta layak digunakan Profesionalisme sebesar 0,885, (Tabel 6).

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel                   | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|----------------------------|------------------|------------|
| Profesionalisme (X)        | 0,885            | Reliabel   |
| Service Recovery (Y)       | 0,885            | Reliabel   |
| Minat Kunjungan Ulang (Y1) | 0,901            | Reliabel   |

#### 4. Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas mengandalkan statistik Shapiro-Wilk karena ukuran sampel tergolong kecil (N kurang dari 50). Seluruh variabel memperoleh nilai signifikansi Shapiro-Wilk lebih besar dari 0,05, sehingga data ketiga

variabel dinyatakan berdistribusi normal (Tabel 7). Nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov pada variabel TX tidak dijadikan acuan karena uji tersebut kurang tepat untuk sampel kecil.

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Normalitas**

| Variabel | S-W Statistic | S-W Sig. | Keterangan |
|----------|---------------|----------|------------|
| TX       | 0,937         | 0,076    | Normal     |
| TY       | 0,954         | 0,222    | Normal     |
| TY1      | 0,979         | 0,801    | Normal     |

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai Tolerance sebesar 0,830 (lebih dari 0,20) dan VIF sebesar 1,205 (kurang dari 5) untuk kedua variabel bebas, sehingga model bebas dari gejala multikolinearitas (Tabel 8). Sementara

itu, uji heteroskedastisitas dengan Uji Glejser menghasilkan nilai signifikansi TX sebesar 0,663 dan TY sebesar 0,266, keduanya lebih besar dari 0,05, yang berarti model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas (Tabel 9).

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

| Variabel              | Tolerance | VIF   |
|-----------------------|-----------|-------|
| TX (Profesionalisme)  | 0,830     | 1,205 |
| TY (Service Recovery) | 0,830     | 1,205 |

**Tabel 9**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)**

| Variabel              | B      | t      | Sig.  |
|-----------------------|--------|--------|-------|
| (Constant)            | 2,883  | 1,779  | 0,087 |
| TX (Profesionalisme)  | 0,052  | 0,440  | 0,663 |
| TY (Service Recovery) | -0,137 | -1,137 | 0,266 |

#### 5. Analisis Jalur dan Pengujian Hipotesis

Model pertama menguji pengaruh profesionalisme FDA

terhadap service recovery. Hasilnya, koefisien jalur sebesar 0,658 dengan nilai t sebesar 3,893 dan signifikansi 0,001 (kurang dari 0,05), sedangkan koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,450 menunjukkan bahwa 45,0%

variasi service recovery dapat dijelaskan oleh tingkat profesionalisme FDA (Tabel 10). Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima.

**Tabel 10**  
**Model 1: Pengaruh Profesionalisme (X) terhadap Service Recovery (Y)**

| Variabel             | B     | SE    | t     | Sig.  |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|
| (Constant)           | 7,002 | 2,174 | 3,220 | 0,003 |
| TX (Profesionalisme) | 0,658 | 0,169 | 3,893 | 0,001 |

$R = 0,671 \mid R^2 = 0,450 \mid \text{Adjusted } R^2 = 0,430$

Model kedua menguji pengaruh profesionalisme dan service recovery secara bersama terhadap minat kunjungan ulang. Kedua variabel menjelaskan 37,2% variasi minat kunjungan ulang ( $R^2 = 0,372$ ). Profesionalisme berpengaruh positif

dan signifikan dengan koefisien 0,553 ( $t = 2,829$ ; Sig. = 0,009), demikian pula service recovery dengan koefisien 0,609 ( $t = 3,060$ ; Sig. = 0,004). Karena keduanya signifikan, hipotesis kedua (H2) diterima (Tabel 11).

**Tabel 11**  
**Model 2: Pengaruh X dan Y terhadap Minat Kunjungan Ulang (Y1)**

| Variabel              | B     | SE    | t     | Sig.  |
|-----------------------|-------|-------|-------|-------|
| (Constant)            | 1,871 | 2,687 | 0,696 | 0,492 |
| TX (Profesionalisme)  | 0,553 | 0,195 | 2,829 | 0,009 |
| TY (Service Recovery) | 0,609 | 0,199 | 3,060 | 0,004 |

$R = 0,610 \mid R^2 = 0,372 \mid \text{Adjusted } R^2 = 0,326$

Untuk menguji peran mediasi service recovery, dilakukan Uji Sobel dengan memanfaatkan koefisien  $a = 0,658$  (SE = 0,169) dari Model 1 dan  $b = 0,609$  (SE = 0,199) dari Model 2. Pengaruh tidak langsung diperoleh

sebesar 0,401 dengan standard error 0,1666, sehingga nilai Z-Sobel mencapai 2,407. Karena nilai mutlak Z melebihi 1,96, pengaruh mediasi dinyatakan signifikan dan hipotesis ketiga (H3) diterima (Tabel 12).

**Tabel 12**  
**Hasil Uji Sobel**

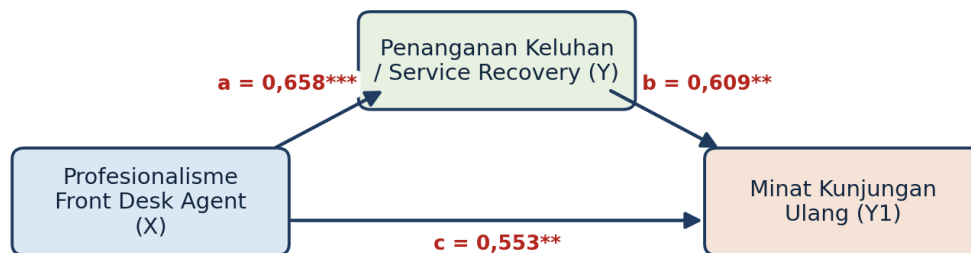
| Jalur                            | Indirect Effect ( $a \times b$ ) | SE     | Z-Sobel | Ket. |
|----------------------------------|----------------------------------|--------|---------|------|
| $X \rightarrow Y \rightarrow Y1$ | 0,401                            | 0,1666 | 2,407   | Sig. |

Secara ringkas, seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terbukti diterima. Selain itu, pengaruh langsung profesionalisme terhadap minat kunjungan ulang juga tetap signifikan, sehingga peran service recovery

tergolong mediasi parsial (partial mediation). Rangkuman pengujian hipotesis ditampilkan pada Tabel 13, sedangkan ilustrasi koefisien jalur antarvariabel disajikan pada Gambar 2.

**Tabel 13**  
**Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis**

| H  | Hipotesis                                                        | Nilai Uji              | Hasil      |
|----|------------------------------------------------------------------|------------------------|------------|
| H1 | Profesionalisme FDA berpengaruh terhadap Service Recovery (Y)    | B=0,658;<br>Sig.=0,001 | Diterima   |
| H2 | Service Recovery berpengaruh terhadap Minat Kunjungan Ulang (Y1) | B=0,609;<br>Sig.=0,004 | Diterima   |
| H3 | Service Recovery memediasi pengaruh X terhadap Y1                | Z=2,407                | Diterima   |
| –  | Pengaruh langsung Profesionalisme terhadap Y1                    | B=0,553;<br>Sig.=0,009 | Signifikan |



$$\text{Indirect effect } (a \times b) = 0,401 \mid Z\text{-Sobel} = 2,407 (> 1,96)$$

Gambar 2. Model Hasil Analisis Jalur (Path Analysis)

## 6. Pembahasan

**Pengaruh Profesionalisme FDA terhadap Penanganan Keluhan.** Temuan bahwa profesionalisme FDA berpengaruh positif dan signifikan terhadap service recovery (B = 0,658; Sig. = 0,001) menegaskan bahwa kualitas staf

garda depan merupakan determinan utama keberhasilan pemulihan layanan. Nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,450 menyiratkan bahwa hampir separuh variasi keberhasilan service recovery ditentukan oleh tingkat profesionalisme FDA. Hasil ini sejalan dengan pandangan Sugiarto (2018)

bahwa dimensi skill, knowledge, attitude, dan appearance bekerja secara sinergis dalam membentuk kapasitas staf menghadapi situasi kritis, serta memperkuat temuan Mai dan Huynh (2014) mengenai kontribusi langsung profesionalisme staf front desk terhadap persepsi positif tamu.

**Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Minat Kunjungan Ulang.** Service recovery terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang ( $B = 0,609$ ;  $\text{Sig.} = 0,004$ ). Artinya, setiap peningkatan kualitas penanganan keluhan berkontribusi nyata terhadap niat tamu untuk kembali menginap. Temuan ini konsisten dengan konsep Service Recovery Paradox (Lovelock & Wirtz, 2011), yaitu kondisi ketika tamu yang sempat mengalami kegagalan layanan namun memperoleh pemulihan yang baik justru memperlihatkan loyalitas yang lebih tinggi. Hasil ini juga mempertegas argumen Tjiptono dan Chandra (2016) bahwa persepsi keadilan dalam proses penanganan keluhan menjadi penentu utama kepuasan pascakeluhan yang membentuk minat kunjungan ulang.

**Peran Mediasi Service Recovery.** Uji Sobel menghasilkan nilai Z sebesar 2,407 (lebih besar dari 1,96), sehingga service recovery terbukti memediasi hubungan antara profesionalisme FDA dan minat kunjungan ulang secara signifikan. Menariknya, pengaruh langsung profesionalisme terhadap minat kunjungan ulang juga tetap signifikan ( $\text{Sig.} = 0,009$ ). Kondisi ini mencerminkan mediasi parsial, yang menunjukkan bahwa profesionalisme staf bekerja melalui dua jalur sekaligus: secara langsung membentuk kesan tamu yang mendorong niat kembali, dan secara tidak langsung melalui kualitas pemulihan layanan. Pola ini selaras dengan Wirtz dan Lovelock (2022) yang memposisikan profesionalisme staf sebagai faktor diferensiasi kompetitif yang bekerja secara multidimensi.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa profesionalisme Front Desk Agent berpengaruh positif dan signifikan terhadap penanganan keluhan (service recovery) di Hotel Aryaduta Manado, dengan koefisien

0,658 (Sig. = 0,001) dan  $R^2$  sebesar 0,450. Penanganan keluhan selanjutnya berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan ulang tamu ( $B = 0,609$ ; Sig. = 0,004), sekaligus mengonfirmasi keberadaan Service Recovery Paradox dalam konteks hotel bintang empat di Manado.

Selain itu, penanganan keluhan terbukti berperan sebagai mediator parsial yang signifikan dalam hubungan antara profesionalisme FDA dan minat kunjungan ulang ( $Z$ -Sobel = 2,407), mengingat pengaruh langsung profesionalisme terhadap minat kunjungan ulang juga tetap signifikan (Sig. = 0,009). Dengan demikian, profesionalisme FDA dapat dipandang sebagai aset strategis yang membentuk loyalitas tamu melalui dua jalur sekaligus, yaitu secara langsung maupun melalui efektivitas pemulihan layanan.

Manajemen Hotel Aryaduta Manado disarankan memperkuat program pelatihan profesionalisme FDA secara berkelanjutan, menstandarkan prosedur penanganan keluhan yang adil dan responsif, serta menjadikan keempat dimensi profesionalisme sebagai kriteria utama dalam rekrutmen dan

evaluasi kinerja. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan memperluas ukuran sampel, menambahkan variabel mediasi atau moderasi lain seperti kepuasan tamu dan brand loyalty, serta memperluas cakupan lokasi atau menerapkan Structural Equation Modeling (SEM) guna meningkatkan generalisasi temuan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abbott, P., & Lewry, S. (2015). *Front office: Procedures, social skills, yield and management* (2nd ed.). Routledge.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Bardi, J. A. (2011). *Hotel front office management* (5th ed.). John Wiley & Sons.
- Cahyadi, L., Parera, S. C., Yulius, K. G., Jonathan, C. L., & Fabianto, J. (2024). The effects of communication skills of front office staff towards customer satisfaction and revisit intention. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 10(1).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2016). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it*. Jossey-Bass.
- Gronroos, C. (2015). *Service management and marketing*.

- Managing the service profit logic. John Wiley & Sons.
- Jawabreh, O., Masa'deh, R., Fayoumi, T. A., & Bareya, A. (2022). Customer satisfaction towards communication skills of front office staff at the hotel (Case study five star hotel in Aqaba). *Journal of Tourism and Geosites*, 44(4).
- Kasavana, M. L. (2013). Managing front office operations. American Hotel & Lodging Educational Institute.
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. (2024). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) daring.
- Khuong, M. N., & Ha, H. T. T. (2014). The influences of product experience and seller-customer interaction on brand loyalty, revisit intention and word-of-mouth. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(6), 469–475.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services marketing: People, technology, strategy* (7th ed.). Prentice Hall.
- Lubin, E. J. (2002). *Understanding the hospitality consumer*. Butterworth-Heinemann.
- Mai, N. K., & Huynh, D. N. (2014). The effects of professionalism of hotel front desk staff on customer satisfaction and revisit intention: A study in Vietnam hotel industry. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(6), 517–522.
- Norwell, N. (2005). *Top tips for handling complaints*. GP.
- Sugiarto, E. (2018). *Psikologi pelayanan dalam industri jasa*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk penelitian*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran: Prinsip & penerapan*. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality & satisfaction*. Andi Offset.
- Vallen, G. K., & Vallen, J. J. (2014). *Check-in check-out: Managing hotel operations*. Pearson.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2022). *Services marketing: People, technology, strategy* (9th ed.). World Scientific.