



Grooming Front Officer dan Kepuasan Konsumen

Imtihan Apta Maulana, Nurrahmawati*

Prodi Ilmu Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 5/4/2022

Revised : 1/7/2022

Published : 7/7/2022



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 2

No. : 1

Halaman : 53 - 58

Terbitan : Juli 2022

ABSTRAK

Grooming merupakan hal yang perlu diperhatikan khususnya bagi perusahaan yang memiliki aspek pelayanan. Dalam beberapa penelitian, grooming dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, Kepuasan pelanggan memiliki peran untuk menciptakan loyalitas pelanggan serta citra yang baik bagi perusahaan. BPJS Kesehatan Bandung merupakan perusahaan yang memiliki aspek pelayanan khususnya pada bagian front office, serta merupakan salah satu lembaga yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, BPJS Kesehatan Bandung perlu memerhatikan grooming dan kepuasan pelanggan demi menciptakan kepuasan pelanggan dan citra yang positif. Penelitian ini menggunakan teori pertukaran sosial untuk menggambarkan fenomena yang terjadi dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini berupa penyebaran angket, teknik observasi, teknik wawancara, dan studi pustaka. Hasil penelitian yang didapatkan adalah nilai indeks yang ditemukan pada variabel grooming sebanyak 4,21 yang termasuk ke dalam kategori sangat baik, nilai tersebut diperoleh dari nilai rata-rata seluruh sub-variabel X. Sedangkan variabel lainnya yaitu kepuasan memperoleh nilai indeks 4,15 yang termasuk ke dalam kategori baik, nilai tersebut diambil dari nilai rata-rata seluruh sub-variabel Y.

Kata Kunci : grooming; kepuasan pelanggan; BPJS Kesehatan Bandung.

ABSTRACT

Grooming is something that needs to be concern of, especially for companies that provide service aspects. In several studies, grooming can affect the level of customer satisfaction. Customer satisfaction has a role to create customer loyalty and a good image for the company. BPJS Kesehatan Bandung is one of a company that provides service aspects, especially in the front office, and is one of the institutions that is oriented to customer satisfaction. Therefore, BPJS Kesehatan Bandung needs to pay attention to grooming and customer satisfaction in order to create customer satisfaction and a positive image. This study uses social exchange theory to describe the phenomena that occur in the study. This study uses a quantitative approach with descriptive research methods. Data collection techniques in this study in the form of distributing questionnaires, observation techniques, interview techniques, and literature study. The results obtained are the index value found in the grooming variable as much as 4.21 which is included in the very good category, the value is obtained from the average value of all X sub-variables. While the other variables, namely the satisfaction of obtaining an index value of 4.15 which is included in the good category, the value is taken from the average value of all Y sub-variables.

Keywords : grooming; customer satisfaction; BPJS Kesehatan Bandung.

@ 2022 Jurnal Riset Public Relations Unisba Press. All rights reserved.

A. Pendahuluan

Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) merupakan hal yang wajib dimiliki oleh seluruh warga Indonesia, Jaminan Kesehatan Nasional ini merupakan salah satu program Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN) dari lima program lainnya. Jaminan Kesehatan Nasional ini bisa disebut wajib karena hal tersebut tercantum dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional (SJSN) dan Pasal 14 Undang-Undang Nomer 24 tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) yang menyatakan bahwa setiap warga negara Indonesia dan warga asing yang sudah bekerja di Indonesia selama minimal 6 bulan wajib menjadi anggota BPJS. Berdasarkan hal tersebut tentunya BPJS khususnya BPJS Kesehatan menjadi suatu lembaga yang sangat besar yang memiliki jumlah pengguna yang juga sangat besar, yang terhitung per 1 Januari 2019 jumlah peserta BPJS mencapai angka 215.784.340 jiwa.

BPJS Kesehatan sebagai salah satu lembaga yang bergerak dibidang pelayanan publik dan lembaga yang memiliki jumlah peserta yang sangat besar tentunya sangat memperhatikan kepuasan dari pelanggannya, seperti halnya yang tertulis dalam tabel annual management contract BPJS Kesehatan pada tahun 2017 BPJS Kesehatan menargetkan angka 80% pada nilai indeks kepuasan yang perlu dicapai, namun nilai tersebut tidak berhasil dicapai oleh BPJS Kesehatan dimana nilai indeks kepuasan yang diperoleh hanya pada angka 79,5%. Kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja/hasil produk yang difikirkan terhadap kinerja/hasil produk yang diharapkan (Setiawan, 2011). Berdasarkan nilai tersebut tentunya ada hal yang perlu ditingkatkan oleh BPJS Kesehatan guna mencapai nilai indeks kepuasan yang diharapkan, salah satu cara yang dapat digunakan adalah dengan menerapkan grooming yang baik, seperti pada penelitian Vallentina dan Arliani (2017) menunjukkan bahwa grooming memiliki pengaruh yang positif kepuasan pelanggan. Berdasarkan hal ini maka peneliti merasa tertarik untuk mencari tahu tentang bagaimana penerapan grooming di BPJS Kesehatan dan kepuasan pelanggan di BPJS Kesehatan.

Penelitian ini memiliki dua aspek yang akan diteliti, aspek-aspek tersebut adalah grooming dan kepuasan pelanggan. Grooming merupakan perawatan atau pemeliharaan penampilan baik luar maupun dalam (inner beauty) yang dilakukan oleh seseorang agar mempunyai penampilan prima atau terbaik sehingga citra diri seseorang terlihat menarik (Zulkamain, 2018). Digital Public Relations ini sendiri sama halnya dengan tujuan dari peran PR, untuk menjaga citra dari suatu perusahaan (Karim & Yulianita, 2021). Grooming dalam penelitian ini selanjutnya diukur berdasarkan gabungan 2 konsep yaitu menurut Darsono (2011) bahwa indikator dari grooming terdiri dari kebersihan dan kerapian diri (personal hygiene), sikap ramah (attitude), mengucapkan salam (greeting), sopan berbicara (polite), menyambut tamu (welcome guest). Lalu konsep kedua adalah menurut Zulkamain dan Sumarno (Zulkamain, 2018) bahwa indikator grooming terdiri dari kesehatan tubuh, perawatan anggota tubuh, berbusana serasi, ekspresi wajah, dan kesehatan psikis (kepribadian). Selanjutnya berdasarkan kedua konsep tersebut peneliti menyimpulkan dan menggabungkan kedua konsep indikator grooming untuk dijadikan indikator yang akan digunakan dalam penelitian ini, indikator tersebut adalah kebersihan dan kerapian diri, berbusana serasi, ekspresi wajah, keramahan, dan kesopanan dalam berbicara (polite).

Sementara kepuasan pelanggan menurut Richard L. Oliver dalam Suryanto (2017) merupakan suatu proses respon terhadap kebutuhan konsumen. Kepuasan pelanggan digunakan untuk menilai suatu produk atau pelayanan, berhubungan dengan apa yang diharapkan dengan realisasinya. Kotler (2003) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sangat penting bagi setiap organisasi, baik dalam bidang jasa ataupun private. Berbicara mengenai kepuasan pelanggan sebagaimana menurut Ngo bahwa hal-hal yang perlu diperhatikan dalam mengukur kepuasan pelanggan adalah expectation of a product or service, the perceived performance, dan perceived value. Selain itu masih menurut Ngo menyatakan bahwa SERVQUAL (service quality) dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur kepuasan pelanggan. SERVQUAL atau service quality sebagaimana dikutip dari Nurrahmawati, Wiwitan dan Fuady (2018) terdiri dari reliability, responsiveness, assurance, accessibility (empathy), dan tangible. Selanjutnya berdasarkan literatur yang telah disampaikan di atas, dalam penelitian ini untuk mengukur kepuasan pelanggan peneliti menggunakan beberapa unsur, meliputi service quality (SERVQUAL), perceived performance, perceived value.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik, dan termasuk ke dalam jenis penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang sarat dengan nuansa angka-angka dalam teknik pengumpulan data di lapangan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif, menurut Margono sebagaimana dikutip dalam Darmawan (2013: 38) bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang mendeskripsikan hal-hal yang saat ini berlaku, penelitian ini tidak menguji hipotesis melainkan hanya mendeskripsikan informasi apa adanya sesuai dengan variabel yang diteliti. Beberapa ahli menyebut bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian survey atau sebagai penelitian observasional (Rakhmat, 2014). Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk menggambarkan ciri-ciri orang tertentu, kelompok tertentu, atau keadaan-keadaan tertentu, penelitian deskriptif juga berusaha untuk memberikan dengan sistematis dan cermat tentang fakta-fakta aktual dan sifat populasi tertentu (Darmawan, 2013: 38). Dalam penelitian ini peneliti berusaha mendeskripsikan dan mengkaji informasi yang berkenaan dengan dua variabel dalam penelitian ini yaitu grooming front officer sebagai variabel X dan kepuasan pelanggan (peserta BPJS) sebagai variabel Y, dengan menggunakan pengelompokan nilai indeks, nilai indeks tersebut diperoleh berdasarkan angka rentang skala menurut Simamora (2002) sebagaimana dikutip dalam Prasetya (2017: 45).

C. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian dianalisis berdasarkan pengelompokan nilai indeks yang diperoleh dari angka rentang skala (RS), kelompok nilai indeks tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 1. Angka Rentang

	Nilai Indeks		
Sangat Baik	4,20	s/d	5,00
Baik	3,40	s/d	4,19
Cukup	2,60	s/d	3,39
Buruk	1,80	s/d	2,59
Sangat Buruk	1,00	s/d	1,79

Analisis Grooming

Variabel X (grooming) terdiri dari 5 sub-variabel yang mana hasil analisis masing-masing sub-variabel dipaparkan sebagai berikut,

Kebersihan dan Kerapihan (X1) yang ditunjukkan oleh front officer BPJS Kesehatan memperoleh nilai indeks sebesar 4,13 yang mana nilai ini masuk ke dalam kategori baik. Hal ini juga menunjukkan bahwa dalam penerapan aspek grooming khususnya pada bagian menjaga kebersihan dan kerapihan diri, front officer BPJS Kesehatan telah mampu melaksanakannya dengan baik. Menurut Darsono (Darsono, 2011) kebersihan dan kerapihan diri merupakan aspek yang penting yang dapat membantu pembentukan kesan positif dari pelanggan atas pelayanan yang diberikan. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan front officer BPJS Kesehatan telah mampu menerapkan kebersihan dan kerapihan dirinya dengan baik, yang mana setiap pegawai menjaga kebersihan dan kerapihan dirinya masing-masing baik pada aspek yang terlihat seperti rambut, pakaian, dan tangan. Maupun pada aspek yang dirasakan seperti aroma pada mulut.

Berbusana Serasi (X2) yang diterapkan dan ditampilkan oleh front officer BPJS Kesehatan memperoleh nilai indeks sebesar 4,16 yang mana nilai tersebut masuk ke dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan busana dalam aspek pelayanan yang diberikan oleh BPJS Kesehatan khususnya pada bagian front officer berhasil

diterapkan dengan baik, yang artinya busana yang digunakan telah menunjukkan keserasian, tidak berlebihan dan tidak mencolok. Menurut Zulkarnain dan Sumarsono (Zulkarnain, 2018) busana yang serasi yang dikenakan oleh pegawai pada saat bekerja dapat memberikan kesan anggun dan profesional sehingga dapat image positif citra diri pegawai itu sendiri dan wibawa lembaga di mata pelanggan.

Ekspresi Wajah (X3) pada saat melayani pelanggan yang dilakukan oleh front officer BPJS Kesehatan memperoleh nilai indeks sebesar 4,16 yang masuk ke dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan front officer BPJS Kesehatan dalam melakukan pelayanannya telah menerapkan ekspresi wajah yang baik, simpatik dan ramah. Grooming merupakan salah satu alat yang dapat digunakan guna mencapai pelayanan yang prima, menurut Zurkarnain dan Sumarsono (2018: 82) untuk mencapai pelayanan prima salah satu faktor dalam grooming yaitu ekspresi wajah perlu sangat diperhatikan. Ekspresi wajah yang dibutuhkan dalam hal ini adalah ekspresi wajah simpatik, ramah, dan menarik dapat berperan penting dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

Keramahan (X4) merupakan modal yang baik untuk pengembangan pelayanan khususnya bagi suatu instansi yang bergerak dibidang pelayanan jasa. Menurut Darsono (Darsono, 2011) keramahan karyawan/ staf dapat membentuk rasa senang dan nyaman dari pelanggan saat dilayani. Serta kepribadian karyawan yang baik seperti keramahan di front office sangat menunjang pelayanan dan kemajuan suatu lembaga. Keramahan yang diterapkan oleh front officer BPJS Kesehatan telah dilaksanakan dengan sangat baik, dengan perolehan skor indeks sebesar 4,26 yang masuk ke dalam kategori sangat baik. Artinya dengan perolehan tersebut front officer BPJS Kesehatan telah melaksanakan perannya dengan sangat baik dalam menunjang kesuksesan pelayanan dan juga telah berhasil melaksanakan perannya dengan sangat baik dalam membantu kemajuan instansi.

Kesopanan dalam Berbicara (X5) merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan untuk menyampaikan buah pemikiran, maksud maupun informasi. Bentuk komunikasi yang terjadi dalam hal ini dilakukan oleh front officer BPJS Kesehatan dengan pelanggan BPJS Kesehatan. Menurut Darsono (Darsono, 2011) berbicara dengan baik atau sopan dapat menjadi penunjang terjalinnya suatu hubungan dengan baik. Penerapan kesopanan dalam berbicara yang ditunjukkan oleh front officer BPJS Kesehatan memperoleh nilai indeks sebesar 4,32 nilai ini termasuk ke dalam kategori sangat baik, yang artinya dalam aspek kesopanan dalam berbicara pada saat melayani pelanggan front officer BPJS Kesehatan telah melaksanakannya dengan sangat baik dan menunjukkan upaya dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan telah dilakukan dengan sangat baik.

Secara keseluruhan dengan didasari oleh nilai rata-rata dari setiap nilai indeks sub-variabel grooming maka diperoleh nilai indeks pada variabel grooming sebesar 4,21. Nilai tersebut masuk ke dalam kategori sangat baik, yang artinya grooming yang diterapkan oleh front officer BPJS Kesehatan Bandung telah dilakukan secara maksimal dan mendapatkan pengakuan dari responden yang telah mengisi kuesioner pada penelitian ini. Kendati demikian perolehan nilai variabel grooming tersebut hanya berbeda sedikit dengan batas terendah dari kategori sangat baik, hal ini menunjukkan masih ada hal bisa dikembangkan lagi dalam penerapan grooming yang dilakukan oleh front officer BPJS Kesehatan Bandung guna memperoleh hasil yang maksimal. Guna memperoleh nilai yang lebih maksimal lagi, hal yang bisa lebih dikembangkan lagi adalah terkait dengan kebersihan dan kerapihan diri, penggunaan aksesoris dan perhiasan perlu disesuaikan dan tidak berlebihan, serta ekspresi wajah yang ditunjukkan guna memperlihatkan kesungguhan, keterbukaan dan kesungguhan pada saat melayani pengunjung.

Analisis Kepuasan Pelanggan

Variabel Y (Kepuasan Pelanggan) terdiri dari 3 sub-variabel yang mana hasil analisis masing-masing sub-variabel dipaparkan sebagai berikut,

Perceived Performance (Y1). Menurut Ngo (2018: 1640) untuk mengukur suatu kepuasan pelanggan terdapat banyak cara, salah satunya dengan 3 alat ukur yaitu expectation of product or service, perceived performance, dan perceived value. Perceived performance menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan untuk bisa memperoleh kepuasan pelanggan oleh perusahaan, perceived performance ini dapat diartikan dengan bagaimana kinerja barang/jasa yang dirasakan oleh pelanggan, apakah barang/jasa berjalan sebagaimana mestinya, apakah sesuai dengan harapan dari pelanggan, dsb. Sub-variabel ini memperoleh nilai indeks sebesar 4,12 nilai tersebut masuk ke dalam kategori baik, yang menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh front officer kepada pelanggan BPJS Kesehatan telah dilakukan dengan baik sehingga pelayanan yang dilakukan dinilai telah sesuai dengan sebagaimana mestinya pelayanan tersebut dilakukan dan juga telah memenuhi harapan dari responden dengan baik.

Perceived Value (Y2). Menurut Ngo (2018: 1640) Perceived value menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan untuk bisa memperoleh kepuasan pelanggan oleh perusahaan, perceived value itu sendiri adalah nilai yang diperoleh atau dirasakan setelah penggunaan barang/jasa, atau dapat juga diartikan dengan manfaat yang dirasakan setelah menggunakan barang/jasa. Perolehan nilai indeks yang didapatkan pada aspek perceived value adalah sebesar 4,16 yang masuk ke dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan telah dilakukan dengan baik dan mendapatkan pengakuan dari responden bahwa pelayanan yang diberikan memberikan manfaat atau nilai bagi responden.

Service Quality (Y3) merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana pelanggan puas akan barang/jasa yang digunakan (Ngo, 2018: 1640). Secara sederhana service quality dapat diartikan sebagai kualitas layanan yang diberikan oleh instansi perusahaan dan dirasakan oleh pelanggan. Dalam penelitian ini ada 4 indikator yang digunakan untuk mengukur service quality yaitu responsiveness, assurance, accessibility (empathy), dan tangible, melalui 4 indikator tersebut sub-variabel service quality memperoleh nilai indeks sebesar 4,17 yang masuk ke dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan telah dilakukan oleh BPJS Kesehatan yang diukur berdasarkan keempat indikator tersebut telah dirasakan dan dinilai baik oleh responden.

Berdasarkan nilai rata-rata dari jumlah nilai indeks setiap sub-variabel maka diperoleh nilai indeks variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 4,15 yang masuk ke dalam kategori baik. Nilai indeks tersebut memberikan penjelasan bahwa kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dalam hal pelayanan yang dilakukan oleh front officer BPJS Kesehatan Bandung memuaskan dan menunjukkan bahwa pelayanan yang dilakukan dalam rangka mencapai kepuasan pelanggan oleh front officer BPJS Kesehatan telah dilakukan dengan baik. Menurut pengukuran nilai indeks yang dilakukan oleh peneliti pada variabel Kepuasan Pelanggan, perolehan nilai dengan kategori tersebut dapat lebih jauh dikembangkan kembali oleh perusahaan. Pada hal ini, front officer BPJS Kesehatan Bandung masih memiliki ruang untuk mengembangkan pelayanan yang dimiliki agar kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkat dan mencapai hasil yang paling maksimal. Dalam hal itu, berikut ini merupakan poin-poin yang dapat dipertimbangkan oleh BPJS Kesehatan Bandung guna meningkatkan kepuasan pelanggan dalam hal pelayanan yang diberikan oleh front officer BPJS Kesehatan Bandung, yakni terkait dengan front officer diharapkan memberikan pelayanan yang baik dan sebagaimana mestinya, pelayanan yang diberikan front officer sesuai dengan harapan, pelanggan dapat lebih merasakan pelayanan yang setara/seimbang dengan pelanggan lainnya, pelanggan dapat lebih merasakan dan memperoleh manfaat (informasi, pengetahuan, dsb.), front officer diharapkan memberikan respon yang cepat tanggap dan tepat terhadap pertanyaan, keluhan, dsb., front officer diharapkan memiliki pengetahuan dan kemampuan yang mumpuni serta kesopanan yang mampu membuat pelanggan percaya akan kualitas pelayanan yang diberikan, front officer diharapkan menunjukkan perhatian yang tulus (berupaya memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan), serta pada poin ini front officer dapat mempertahankan kemampuan memanfaatkan teknologi yang mumpuni serta mengenakan pakaian yang baik. Poin-poin yang dipaparkan oleh peneliti di atas merupakan poin-poin yang dapat membantu BPJS Kesehatan Bandung khususnya bagian front officer agar dapat menunjang peningkatan aspek kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan oleh peneliti pada penelitian ini terkait poin identifikasi masalah variabel grooming, ditemukan nilai indeks sebanyak 4,21 yang diperoleh dari nilai rata-rata seluruh sub-variabel X meliputi kebersihan dan kerapian (X1), berbusana serasi (X2), ekspresi wajah (X3), keramahan (X4), dan kesopanan dalam berbicara (X5). Berdasarkan data hasil yang didapat oleh peneliti dalam perhitungan tersebut, BPJS Kesehatan Bandung khususnya bagian front office telah menerapkan grooming dengan sangat baik. Namun pada hal penerapannya, masih terdapat ruang yang dapat digali lebih jauh lagi guna meningkatkan nilai indeks penerapan grooming yang dilakukan oleh BPJS Kesehatan Bandung. Hal-hal yang dapat dikembangkan tersebut terkait dengan kebersihan dan kerapian diri, penggunaan aksesoris dan perhiasan perlu disesuaikan agar tidak berlebihan, serta ekspresi wajah yang ditunjukkan guna memperlihatkan kesungguhan, keterbukaan dan kesungguhan pada saat melayani pengunjung. Serta BPJS Kesehatan Bandung khususnya bagian front office perlu untuk mempertahankan nilai keramahan dan kesopanan dalam berbicara guna menjaga pelaksanaan grooming tetap maksimal.

Sama halnya dengan poin grooming, untuk menemukan jawaban mengenai variabel kepuasan pengunjung di BPJS Kesehatan Bandung perlu dilakukan perhitungan nilai indeks yang terdiri dari tiga sub-variabel meliputi

perceived performance (Y1), perceived value (Y2), dan service quality (Y3). Dari tiga sub-variabel di atas diperoleh nilai rata-rata sebanyak 4,15. Berbeda halnya dengan sub-variabel grooming, tingkat kepuasan pelanggan dikategorikan ke dalam kriteria baik. Kategori tersebut memberikan penjelasan bahwa kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dalam hal pelayanan yang dilakukan oleh BPJS Kesehatan Bandung khususnya bagian front officer memuaskan dan menunjukkan pelayanan yang baik. Adapun hal-hal yang dapat dikembangkan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diantaranya, front officer diharapkan memberikan pelayanan yang baik dan sebagaimana mestinya, pelayanan yang diberikan front officer sesuai dengan harapan, pelanggan dapat lebih merasakan pelayanan yang setara/seimbang dengan pelanggan lainnya, pelanggan dapat lebih merasakan dan memperoleh manfaat (informasi, pengetahuan, dsb.), front officer diharapkan memberikan respon yang cepat tanggap dan tepat terhadap pertanyaan, keluhan, dsb., front officer diharapkan memiliki pengetahuan dan kemampuan yang mumpuni serta kesopanan yang mampu membuat pelanggan percaya akan kualitas pelayanan yang diberikan, front officer diharapkan menunjukkan perhatian yang tulus (berupaya memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan), serta pada poin ini front officer dapat mempertahankan kemampuan memanfaatkan teknologi yang mumpuni serta mengenakan pakaian yang baik.

Daftar Pustaka

- Darsono, A. (2011). *Front Office Hotel*. Jakarta: Grasindo.
- Karim, I. Y., & Yulianita, N. (2021). Peran Instagram @greenarationid sebagai Media Kampanye Ramah Lingkungan. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(2), 120–129. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i2.418>
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran* (11th ed.). Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Nurrahmawati, et al. (2018). The Analysis of Private University Service Quality and Image. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 307.
- Rakhmat, J. (2014). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Setiawan, S. (2011). *Loyalitas Pelanggan Jasa: Studi Kasus Bagaimana Rumah Sakit Mengelola Loyalitas Pelanggan*. Bogor: IPB Press.
- Suryanto, M. H. (2017). *Metode Riset & Analisis Saluran Distribusi: Model dan Pengukuran Kepuasan Pelanggan Saluran Distribusi*. Jakarta: PT Grasindo.
- Zulkarnain, et al. (2018). *Manajemen dan Etika Perkantoran: Praktik Pelayanan Prima*. Bandung: Remaja Rosdakarya.