

kunsumen merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran sebaliknya kekecewaan konsumen dalam pemasaran, sebaliknya kekecewaan konsumen dalam memberi layanan bias menjadikan kehancuran perusahaan di masa mendatang. selanjutnya menurut Riadh et al. kepuasan akan mampu menciptakan perilaku pelanggan yang menguntungkan bagi perusahaan, miasalnya pengulangan transaksi.

## KESIMPULAN

Bedasarkan hasil dari penelitian mengenai upaya pelayanan kepada tamu asing

1. Adanya kendala dalam komunikasi bahasa yang menjadi kendala hal ini dibenarkan oleh tamu mancanegara yang berhasil diwawancarai.

2. Peran seorang staff dalam sebuah pelayanan memiliki beberapa hal yang perlu diperhatikan hal tersebut seperti memahami ke inginan tamu asing.

Sebagai upaya peningkatan kualitas komunikasi dalam konteks pelayanan di Resinda Hotel berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dalam meningkatkan performa dalam berkomunikasi di perlukan adanya proses evaluasi kepada setiap tenaga pelayanan dan adanya secara berkala supaya berjalannya proses yang sempurna.

2. Setiap hari di adakan briefing untuk evaluasi kebutuhan tamu asing.

3. Saran untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan penelitian secara mendalam padat juga meneliti pada hotel lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan*. Maneggio: Jurnal Ilmiah
- Magister Manajemen, 3(2), 273–282.
- Sulastiyono, A. (1999). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa, Edisi kedua*. Yogyakarta: CV. Andy Offiset.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi ketiga*. Yogyakarta: CV. Andy Offiset.