

ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN FOOD & BEVERAGE DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN DI THE WESTIN YILAN RESORT

Kamelita Anggraeni¹; Henry Yuliamir²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Semarang^{1,2}

Email : kamelita.22510030@stiepari.ac.id¹; henry.yuliamir@stiepari.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan kualitas layanan Food & Beverage dalam membangun loyalitas pelanggan di The Westin Yilan Resort, Taiwan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi pelayanan yang diterapkan pihak hotel. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling yang terdiri dari Food & Beverage Manager, Restaurant Supervisor, waiter/waitress, chef atau kitchen staff, serta pelanggan hotel dengan total 10 informan. Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi peningkatan kualitas layanan Food & Beverage di The Westin Yilan Resort dilakukan melalui pelatihan dan pengembangan karyawan, penerapan standar operasional prosedur (SOP), inovasi menu dan pelayanan, penggunaan teknologi pelayanan, serta evaluasi pelayanan secara berkala. Kualitas pelayanan yang baik terlihat dari keramahan staf, kecepatan pelayanan, kualitas makanan, kebersihan restoran, dan pelayanan personal kepada pelanggan. Faktor-faktor tersebut terbukti mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang ditunjukkan melalui keinginan pelanggan untuk kembali menggunakan layanan hotel serta memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Penelitian ini juga menemukan bahwa hubungan emosional antara pelanggan dan staf pelayanan menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan di industri hospitality.

Kata Kunci : Kualitas Layanan; Food & Beverage; Loyalitas Pelanggan; Hospitality; Strategi Pelayanan

ABSTRACT

This study aims to analyze strategies for improving Food & Beverage service quality in building customer loyalty at The Westin Yilan Resort, Taiwan. This research employed a descriptive qualitative approach using a case study method to obtain an in-depth understanding of the service strategies implemented by the hotel management. Data collection techniques were conducted through observation, in-depth interviews, and documentation. Informants were selected using purposive sampling techniques consisting of the Food & Beverage Manager, Restaurant Supervisor, waiter/waitress, chef or kitchen staff, and hotel guests, with a total of 10 informants. Data analysis techniques used the interactive analysis model of Miles, Huberman, and Saldaña, including data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results showed that the strategies for improving Food & Beverage service quality at The Westin Yilan Resort were carried out through employee training and development, implementation of standard operating procedures (SOP), menu and service innovation, utilization of service technology, and regular service evaluation. Good service quality was reflected in staff friendliness, service responsiveness, food quality, restaurant cleanliness, and personalized customer service. These factors were proven to increase customer satisfaction and loyalty, indicated by customers' intention to revisit and provide positive recommendations to others. The study also found that the emotional relationship between customers and service staff became an important factor in building customer loyalty in the hospitality industry.

Keywords : Service Quality; Food & Beverage; Customer Loyalty; Hospitality; Service Strategy

PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor jasa yang mengalami perkembangan pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan akomodasi, rekreasi, dan pengalaman kuliner yang berkualitas. Dalam industri hospitality modern, kualitas layanan menjadi faktor utama yang menentukan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Persaingan antar hotel berbintang tidak hanya terletak pada fasilitas fisik, tetapi juga pada kemampuan hotel dalam memberikan pengalaman pelayanan yang unggul, khususnya pada departemen Food & Beverage (F&B). Departemen ini memiliki peran strategis karena secara langsung berhubungan dengan tamu melalui pelayanan restoran, banquet, room service, maupun berbagai aktivitas kuliner lainnya.

Kualitas layanan Food & Beverage menjadi salah satu indikator penting dalam membangun citra hotel dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Pelanggan hotel saat ini tidak hanya menilai kualitas makanan dan minuman, tetapi juga memperhatikan keramahan pelayanan, kecepatan penyajian, kebersihan, kenyamanan suasana restoran, serta kemampuan staf dalam memberikan pengalaman yang personal. Menurut (Kotler 2016), kualitas layanan yang baik dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas dan pembelian ulang. Dalam konteks industri perhotelan, loyalitas pelanggan menjadi aset penting karena pelanggan yang loyal cenderung melakukan kunjungan kembali, memberikan rekomendasi positif, serta meningkatkan reputasi hotel melalui word of mouth.

The Westin Yilan Resort di Taiwan merupakan salah satu resort premium yang mengedepankan konsep pelayanan berkualitas tinggi dengan pengalaman hospitality modern yang dipadukan dengan budaya lokal Taiwan. Resort ini dikenal memiliki fasilitas Food & Beverage yang lengkap dan mengutamakan pelayanan personal kepada tamu. Dalam menghadapi persaingan industri hospitality global, The Westin Yilan Resort dituntut untuk terus meningkatkan kualitas layanan F&B agar mampu mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Strategi peningkatan kualitas layanan menjadi penting untuk memastikan pengalaman tamu tetap konsisten dan sesuai dengan harapan pelanggan internasional maupun domestik.

Meskipun industri hospitality terus berkembang dan persaingan antarhotel berbintang semakin ketat, masih terdapat tantangan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan melalui layanan Food & Beverage. Perubahan preferensi pelanggan, meningkatnya ekspektasi terhadap pelayanan yang bersifat personal (personalized service), serta pemanfaatan teknologi digital dalam layanan restoran menuntut hotel untuk tidak hanya menyediakan produk berkualitas, tetapi juga menerapkan strategi pelayanan yang adaptif. Di sisi lain, banyak penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan atau loyalitas

pelanggan secara kuantitatif, sehingga belum memberikan pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana strategi pelayanan tersebut dirancang, diimplementasikan, dan dievaluasi dalam konteks operasional hotel berbintang internasional.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam industri hospitality. Penelitian oleh (Sulistiowati and Yuliamir 2026) Menjelaskan bahwa dimensi reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles menjadi faktor utama dalam menilai kualitas layanan. Penelitian lain oleh (Suardana and Nurhayati 2019) Menunjukkan bahwa pengalaman layanan restoran hotel berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, digitalisasi layanan, inovasi menu, dan kemampuan komunikasi interpersonal staf juga menjadi faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Meskipun penelitian mengenai kualitas layanan dan loyalitas pelanggan pada industri hospitality telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hubungan antarvariabel, seperti kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Penelitian-penelitian tersebut masih terbatas dalam menjelaskan secara mendalam bagaimana strategi peningkatan kualitas layanan Food & Beverage dirancang, diterapkan, dan dievaluasi oleh manajemen hotel berbintang internasional. Selain itu, penelitian yang secara khusus mengkaji praktik pelayanan Food & Beverage pada resort internasional di Taiwan juga masih sangat terbatas. Dengan demikian, masih terdapat research gap yang perlu diisi melalui pendekatan studi kasus kualitatif agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai strategi pelayanan dalam membangun loyalitas pelanggan.

Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada pendekatan yang digunakan untuk mengungkap strategi peningkatan kualitas layanan Food & Beverage secara komprehensif melalui studi kasus kualitatif pada hotel berbintang internasional di Taiwan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih berfokus pada pengujian hubungan antarvariabel menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini mengeksplorasi secara mendalam proses implementasi strategi pelayanan, pengelolaan sumber daya manusia, inovasi layanan, pemanfaatan teknologi, serta pembentukan hubungan emosional antara staf dan pelanggan dalam membangun loyalitas pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan perspektif yang lebih kontekstual mengenai praktik manajemen layanan Food & Beverage pada industri hospitality internasional.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan kualitas layanan Food & Beverage dalam membangun loyalitas pelanggan di The Westin Yilan Resort, Taiwan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan hambatan dalam implementasi strategi pelayanan tersebut.

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen perhotelan, khususnya pada bidang pelayanan Food & Beverage dan loyalitas pelanggan dalam industri hospitality. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas layanan hotel berbintang internasional.

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi manajemen The Westin Yilan Resort dalam meningkatkan kualitas pelayanan Food & Beverage agar mampu menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi hotel dan resort lainnya dalam mengembangkan strategi pelayanan yang efektif di era persaingan industri hospitality global.

TINJAUAN PUSTAKA DAN FOKUS STUDI (Kualitatif)

Kualitas Layanan Food & Beverage

Kualitas layanan merupakan kemampuan perusahaan jasa dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui pelayanan yang konsisten dan berkualitas. Dalam industri hospitality, kualitas layanan Food & Beverage mencakup kualitas makanan dan minuman, kebersihan, keramahan staf, kecepatan pelayanan, kenyamanan restoran, serta kemampuan menciptakan pengalaman kuliner yang berkesan.

Menurut (Sulistiowati and Yuliamir 2026), kualitas layanan dapat diukur melalui lima dimensi SERVQUAL yaitu:

1. Tangibles (bukti fisik), meliputi fasilitas restoran, kebersihan, penampilan staf, dan perlengkapan pelayanan.
2. Reliability (keandalan), yaitu kemampuan memberikan pelayanan secara tepat dan konsisten.
3. Responsiveness (daya tanggap), yaitu kesediaan staf membantu pelanggan dengan cepat.
4. Assurance (jaminan), meliputi pengetahuan, kemampuan, dan sopan santun staf dalam memberikan rasa percaya kepada pelanggan.
5. Empathy (empati), yaitu perhatian personal dan kemampuan memahami kebutuhan pelanggan.

Dalam departemen Food & Beverage hotel, kualitas layanan tidak hanya berkaitan dengan produk makanan dan minuman, tetapi juga dengan pengalaman emosional pelanggan selama menerima pelayanan. Pengalaman positif tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membentuk loyalitas jangka panjang.

Strategi Peningkatan Kualitas Layanan

Strategi peningkatan kualitas layanan merupakan upaya perusahaan untuk meningkatkan standar pelayanan guna memenuhi harapan pelanggan. Menurut (Purnomo, Sardanto, and Muslih 2021) Strategi pelayanan dalam industri hospitality dapat dilakukan

melalui pelatihan karyawan, inovasi layanan, penerapan standar operasional prosedur (SOP), digitalisasi pelayanan, serta evaluasi kepuasan pelanggan secara berkala.

Dalam konteks Food & Beverage hotel, strategi peningkatan kualitas layanan dapat meliputi:

1. Pelatihan hospitality bagi staf restoran
2. Pengembangan menu inovatif
3. Peningkatan standar kebersihan dan keamanan pangan
4. Penerapan pelayanan personal kepada tamu
5. Penggunaan teknologi digital dalam pemesanan makanan
6. Evaluasi keluhan pelanggan secara berkelanjutan

Strategi tersebut bertujuan untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang positif sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap hotel.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian ulang dan menggunakan jasa perusahaan secara berkelanjutan. Menurut (Griffin 2016), pelanggan loyal memiliki karakteristik seperti melakukan pembelian ulang, merekomendasikan kepada orang lain, dan tidak mudah berpindah ke kompetitor.

Dalam industri hospitality, loyalitas pelanggan menjadi faktor penting karena pelanggan loyal dapat meningkatkan tingkat okupansi hotel, memperkuat reputasi perusahaan, dan menciptakan promosi dari mulut ke mulut secara positif. Penelitian oleh (Huda and Setyowardhani 2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan hotel memiliki hubungan erat dengan loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai faktor mediasi.

Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh (Suardana and Nurhayati 2019) Menjelaskan bahwa kualitas layanan restoran hotel memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui pengalaman emosional pelanggan. Penelitian (Putra, Wijayati, and Surjanti 2019) Menunjukkan bahwa pelayanan personal dan kualitas interaksi staf restoran menjadi faktor utama dalam meningkatkan loyalitas pelanggan hotel berbintang.

Penelitian lain oleh (Julita, Rachele, and Quinella 2022) Menyatakan bahwa pengalaman pelanggan dalam layanan Food & Beverage dapat meningkatkan customer satisfaction dan behavioral intention pelanggan untuk kembali menggunakan jasa hotel. Selain itu, penelitian oleh (Huda and Setyowardhani 2023) menemukan bahwa inovasi pelayanan dan kualitas komunikasi staf memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan resort mewah.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, dapat dipahami bahwa strategi peningkatan kualitas layanan Food & Beverage memiliki peran penting dalam membangun loyalitas pelanggan di industri hospitality.

Fokus Studi

Karena penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, maka fokus penelitian disusun dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi peningkatan kualitas layanan Food & Beverage yang diterapkan di The Westin Yilan Resort, Taiwan?
2. Bagaimana peran kualitas layanan Food & Beverage dalam membangun loyalitas pelanggan di The Westin Yilan Resort?
3. Faktor-faktor apa saja yang mendukung dan menghambat peningkatan kualitas layanan Food & Beverage di The Westin Yilan Resort?
4. Bagaimana pengalaman pelanggan terhadap pelayanan Food & Beverage yang diberikan oleh The Westin Yilan Resort?
5. Bagaimana upaya manajemen dalam mempertahankan loyalitas pelanggan melalui pelayanan Food & Beverage?

METODE PENELITIAN

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada. (Zulkarnaen, W., Amin, N. N., 2018).

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami secara mendalam fenomena strategi peningkatan kualitas layanan Food & Beverage dalam membangun loyalitas pelanggan di The Westin Yilan Resort, Taiwan. Menurut (Sugiyono 2022), penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti berperan sebagai instrumen kunci dalam proses pengumpulan data dan analisis data.

Metode studi kasus dipilih karena penelitian berfokus pada satu objek tertentu secara mendalam, yaitu departemen Food & Beverage di The Westin Yilan Resort. (Yin 2018) menjelaskan bahwa studi kasus digunakan untuk memahami suatu fenomena secara komprehensif dalam konteks kehidupan nyata. Melalui metode ini, peneliti dapat memperoleh gambaran mendalam mengenai strategi pelayanan yang diterapkan hotel dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan pihak-pihak yang terlibat langsung dan memiliki informasi mengenai pelayanan Food & Beverage di The Westin Yilan Resort. Penentuan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai tujuan penelitian. Menurut (Moleong 2021), purposive sampling digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memilih informan yang dianggap paling memahami fenomena yang diteliti.

Informan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Food & Beverage Manager
2. Restaurant Supervisor
3. Waiter/Waitress
4. Chef atau Kitchen Staff
5. Pelanggan yang pernah menggunakan layanan Food & Beverage di The Westin Yilan Resort.

Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah strategi peningkatan kualitas layanan Food & Beverage dalam membangun loyalitas pelanggan di The Westin Yilan Resort, Taiwan. Fokus penelitian diarahkan pada kualitas pelayanan, strategi peningkatan layanan, serta pengalaman pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan hotel.

Definisi Operasional Fokus Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, definisi operasional digunakan untuk memperjelas fokus penelitian agar proses pengumpulan data lebih terarah. Menurut (Creswell, J. W., & Plano Clark 2018) Fokus penelitian dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami makna, pengalaman, dan proses sosial yang terjadi dalam suatu fenomena.

Kualitas Layanan Food & Beverage

Kualitas layanan Food & Beverage merupakan kemampuan hotel dalam memberikan pelayanan makanan dan minuman sesuai harapan pelanggan melalui pelayanan yang profesional, cepat, nyaman, dan ramah. (Yuliamir 2026) Menjelaskan bahwa kualitas layanan dapat dilihat melalui dimensi reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles.

Indikator yang diamati meliputi:

- 1) Keramahan staf pelayanan
- 2) Kecepatan penyajian makanan dan minuman
- 3) Kebersihan area restoran
- 4) Kualitas makanan dan minuman
- 5) Penampilan dan profesionalisme staf

6) Kenyamanan suasana restoran.

Strategi Peningkatan Kualitas Layanan

Strategi peningkatan kualitas layanan merupakan upaya yang dilakukan pihak manajemen hotel untuk meningkatkan mutu pelayanan Food & Beverage agar dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. (Purnomo et al. 2021) Menyatakan bahwa peningkatan kualitas layanan dapat dilakukan melalui pelatihan karyawan, inovasi pelayanan, penggunaan teknologi, dan evaluasi pelayanan secara berkala.

Indikator yang diamati meliputi:

- 1) Pelatihan dan pengembangan karyawan
- 2) Penerapan standar operasional prosedur (SOP)
- 3) Inovasi menu makanan dan minuman
- 4) Penggunaan teknologi pelayanan
- 5) Evaluasi pelayanan dan penanganan keluhan pelanggan.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk kembali menggunakan layanan hotel dan merekomendasikannya kepada orang lain. (Griffin 2016) Menyatakan bahwa loyalitas pelanggan ditunjukkan melalui perilaku pembelian ulang, rekomendasi positif, dan hubungan jangka panjang dengan perusahaan.

Indikator yang diamati meliputi:

- 1) Keinginan pelanggan untuk berkunjung kembali
- 2) Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan
- 3) Rekomendasi pelanggan kepada orang lain
- 4) Hubungan jangka panjang antara pelanggan dan hotel.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. (Sugiyono 2022) menjelaskan bahwa kombinasi beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh data yang lebih mendalam dan valid.

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas pelayanan Food & Beverage di The Westin Yilan Resort, seperti interaksi staf dengan pelanggan, proses pelayanan restoran, kebersihan area restoran, dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu hotel.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan secara mendalam (in-depth interview) kepada informan penelitian untuk memperoleh informasi mengenai strategi peningkatan kualitas layanan Food &

Beverage dan loyalitas pelanggan. Menurut (Moleong 2021), wawancara mendalam digunakan untuk menggali pengalaman, persepsi, dan pandangan informan secara detail.

Wawancara dilakukan kepada:

- 1) Food & Beverage Manager
- 2) Restaurant Supervisor
- 3) Staff pelayanan
- 4) Chef
- 5) Pelanggan hotel.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen pendukung seperti foto kegiatan pelayanan, SOP Food & Beverage, data ulasan pelanggan, laporan pelayanan, serta dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian.

Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian kualitatif adalah peneliti sendiri (human instrument). Menurut (Sugiyono 2022) Peneliti berfungsi sebagai instrumen utama karena terlibat langsung dalam proses pengumpulan, pengolahan, dan interpretasi data.

Selain itu, penelitian ini menggunakan instrumen pendukung berupa:

- 1) Pedoman wawancara
- 2) Lembar observasi
- 3) Alat perekam suara
- 4) Kamera dokumentasi
- 5) Catatan lapangan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif (Zaini et al. 2023), yang terdiri dari tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi Data

Reduksi data dilakukan dengan memilih, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengelompokkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sesuai fokus penelitian.

2. Penyajian Data

Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif untuk memudahkan peneliti dalam memahami strategi peningkatan kualitas layanan Food & Beverage di The Westin Yilan Resort.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap terakhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis data dan melakukan verifikasi untuk memastikan validitas serta konsistensi hasil penelitian.

Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dilakukan menggunakan teknik triangulasi. Menurut Moleong (2021), triangulasi digunakan untuk memeriksa keabsahan data dengan memanfaatkan sumber dan teknik yang berbeda.

Teknik triangulasi dalam penelitian ini meliputi:

1. Triangulasi sumber

Membandingkan informasi dari beberapa informan yang berbeda.

2. Triangulasi teknik

Membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

3. Triangulasi waktu

Pengumpulan data dilakukan pada waktu yang berbeda untuk memastikan konsistensi data penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Gambaran Umum Objek Penelitian

The Westin Yilan Resort merupakan salah satu resort berbintang internasional di Taiwan yang mengusung konsep wellness hospitality dengan pelayanan premium dan pengalaman menginap yang berorientasi pada kenyamanan pelanggan. Resort ini memiliki fasilitas Food & Beverage yang lengkap seperti restoran utama, lounge, room service, dan banquet service yang mendukung berbagai kebutuhan tamu hotel.

Departemen Food & Beverage memiliki peranan penting dalam membangun citra hotel karena berhubungan langsung dengan pengalaman pelanggan selama menikmati pelayanan makanan dan minuman. Oleh karena itu, kualitas pelayanan Food & Beverage menjadi salah satu faktor utama dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi peningkatan kualitas layanan Food & Beverage dalam membangun loyalitas pelanggan di The Westin Yilan Resort, Taiwan. Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap pihak manajemen, staf operasional, dan pelanggan hotel.

Karakteristik Informan Penelitian

Informan penelitian yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan keterlibatan langsung dalam operasional Food & Beverage di The Westin Yilan Resort (Tabel 1).

Berdasarkan hasil wawancara, seluruh informan menyatakan bahwa kualitas pelayanan Food & Beverage memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan dan citra hotel.

Pelanggan hotel premium memiliki ekspektasi tinggi terhadap pelayanan, sehingga pihak hotel harus mampu menjaga kualitas pelayanan secara konsisten.

Hasil Penelitian

Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Food & Beverage

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, ditemukan beberapa strategi yang diterapkan oleh The Westin Yilan Resort dalam meningkatkan kualitas layanan Food & Beverage (Tabel 2).

a. Pelatihan dan Pengembangan Karyawan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pihak hotel secara rutin memberikan pelatihan kepada staf Food & Beverage. Pelatihan dilakukan untuk meningkatkan kemampuan pelayanan, komunikasi, dan profesionalisme staf dalam menghadapi pelanggan.

Materi pelatihan meliputi:

- a) Hospitality service
- b) Grooming dan etika pelayanan
- c) Penanganan keluhan pelanggan
- d) Komunikasi interpersonal
- e) Product knowledge makanan dan minuman

Food & Beverage Manager menjelaskan bahwa pelatihan dilakukan agar seluruh staf mampu memberikan pelayanan sesuai standar internasional hotel berbintang.

Berdasarkan hasil observasi, staf restoran terlihat mampu berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan, memberikan rekomendasi menu, serta menangani kebutuhan pelanggan secara cepat dan ramah.

b. Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP)

The Westin Yilan Resort menerapkan SOP pelayanan secara ketat untuk menjaga kualitas pelayanan Food & Beverage (Tabel 3).

Penerapan SOP membantu menciptakan pelayanan yang konsisten sehingga pelanggan memperoleh pengalaman pelayanan yang baik pada setiap kunjungan.

c. Inovasi Menu dan Pelayanan

Pihak hotel juga melakukan inovasi menu dengan mengombinasikan makanan internasional dan makanan khas Taiwan (Tabel 4).

Pelanggan menyatakan bahwa variasi menu yang disediakan cukup menarik dan memiliki kualitas rasa yang baik. Selain itu, tampilan makanan yang modern juga meningkatkan kepuasan pelanggan.

d. Penggunaan Teknologi Pelayanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi pelayanan membantu meningkatkan efisiensi pelayanan Food & Beverage (Tabel 5).

Penggunaan teknologi memberikan kemudahan bagi pelanggan dan membantu staf restoran dalam meningkatkan efisiensi pelayanan.

e. Evaluasi Pelayanan dan Penanganan Keluhan

Pihak hotel melakukan evaluasi pelayanan secara rutin untuk menjaga kualitas pelayanan Food & Beverage (Tabel 6).

Keluhan pelanggan ditangani secara cepat dan profesional sehingga pelanggan merasa diperhatikan oleh pihak hotel.

2. Peran Kualitas Layanan dalam Membangun Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil wawancara, kualitas pelayanan Food & Beverage memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas pelanggan (Tabel 7).

Sebagian besar pelanggan menyatakan bahwa pelayanan yang ramah dan profesional menjadi alasan utama mereka ingin kembali menggunakan layanan hotel.

Pelanggan juga merasa puas karena staf mampu memberikan perhatian personal, seperti memahami preferensi pelanggan tetap dan memberikan pelayanan sesuai kebutuhan pelanggan.

3. Faktor Pendukung dan Hambatan

Faktor Pendukung (Tabel 8).

Faktor Hambatan (Tabel 9).

Meskipun terdapat beberapa hambatan, pihak manajemen terus melakukan evaluasi dan perbaikan pelayanan untuk menjaga kepuasan pelanggan.

Diskusi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi peningkatan kualitas layanan Food & Beverage di The Westin Yilan Resort dilakukan melalui pengembangan sumber daya manusia, penerapan SOP, inovasi pelayanan, penggunaan teknologi, dan evaluasi pelayanan secara berkala.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori (Utama and Kusuma 2019) mengenai dimensi kualitas layanan yang terdiri dari reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles.

Dalam penelitian ini, dimensi responsiveness terlihat dari kemampuan staf memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap terhadap kebutuhan pelanggan. Sementara dimensi empathy terlihat melalui pelayanan personal yang diberikan kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan.

Hasil penelitian juga mendukung penelitian (lian 2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan restoran hotel memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan akan memiliki keinginan untuk kembali menggunakan layanan hotel serta memberikan rekomendasi positif kepada orang lain.

Selain itu, inovasi menu dan penggunaan teknologi pelayanan menunjukkan bahwa industri hospitality modern harus mampu beradaptasi dengan perkembangan kebutuhan pelanggan. Temuan ini sesuai dengan teori (Purnomo et al. 2021) yang menyatakan bahwa inovasi pelayanan dan pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dalam industri jasa.

Penelitian ini juga menemukan bahwa hubungan emosional antara pelanggan dan staf pelayanan memiliki peran penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Pelayanan yang ramah, perhatian personal, dan kemampuan staf memahami kebutuhan pelanggan menjadi faktor utama yang menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan hotel.

Secara keseluruhan, strategi peningkatan kualitas layanan Food & Beverage di The Westin Yilan Resort telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap loyalitas pelanggan. Namun demikian, pihak hotel tetap perlu melakukan evaluasi dan pengembangan pelayanan secara berkelanjutan agar mampu menghadapi persaingan industri hospitality global yang semakin kompetitif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi peningkatan kualitas layanan Food & Beverage dalam membangun loyalitas pelanggan di The Westin Yilan Resort, Taiwan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Food & Beverage memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan hotel. Strategi yang diterapkan oleh pihak hotel dilakukan melalui berbagai upaya, seperti pelatihan dan pengembangan karyawan, penerapan standar operasional prosedur (SOP), inovasi menu dan pelayanan, penggunaan teknologi pelayanan, serta evaluasi kualitas pelayanan secara berkala.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan hospitality yang diberikan kepada staf mampu meningkatkan profesionalisme, keramahan, dan kemampuan komunikasi dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Selain itu, penerapan SOP membantu menjaga konsistensi pelayanan sehingga pelanggan memperoleh pengalaman pelayanan yang baik pada setiap kunjungan. Inovasi menu yang mengombinasikan makanan internasional dan kuliner khas Taiwan juga menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan hotel.

Penelitian ini juga menemukan bahwa faktor-faktor seperti keramahan staf, kecepatan pelayanan, kualitas makanan, kebersihan restoran, dan pelayanan personal memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa puas terhadap kualitas pelayanan cenderung memiliki keinginan untuk kembali menggunakan layanan hotel serta memberikan rekomendasi positif kepada orang lain.

Meskipun demikian, penelitian ini menemukan beberapa hambatan dalam pelayanan Food & Beverage, seperti tingginya ekspektasi pelanggan hotel premium, perbedaan bahasa pelanggan internasional, dan meningkatnya beban kerja staf pada saat high season. Namun, pihak manajemen hotel terus melakukan evaluasi dan perbaikan pelayanan agar kualitas layanan tetap terjaga.

Secara keseluruhan, strategi peningkatan kualitas layanan Food & Beverage yang diterapkan di The Westin Yilan Resort telah berjalan dengan baik dan mampu memberikan dampak positif terhadap loyalitas pelanggan. Pelayanan yang berkualitas dan berorientasi pada kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor utama dalam mempertahankan citra hotel serta meningkatkan daya saing di industri hospitality internasional.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa implikasi praktis yang dapat diterapkan oleh pihak manajemen hotel, antara lain:

1. Pihak hotel perlu mempertahankan dan meningkatkan program pelatihan hospitality bagi staf Food & Beverage agar kualitas pelayanan tetap konsisten sesuai standar internasional.
2. Manajemen hotel perlu terus melakukan inovasi menu dan pelayanan agar mampu menyesuaikan kebutuhan dan preferensi pelanggan yang terus berkembang.
3. Penggunaan teknologi pelayanan seperti sistem pemesanan digital dan evaluasi pelayanan berbasis online perlu terus dikembangkan untuk meningkatkan efisiensi pelayanan dan kepuasan pelanggan.
4. Pihak hotel perlu meningkatkan kemampuan komunikasi bahasa asing bagi staf pelayanan untuk mengatasi kendala komunikasi dengan pelanggan internasional.
5. Evaluasi pelayanan dan penanganan keluhan pelanggan perlu dilakukan secara cepat dan berkelanjutan agar dapat menjaga loyalitas pelanggan serta meningkatkan citra positif hotel.

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan Food & Beverage bukan hanya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, tetapi juga menjadi strategi penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan hotel.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Penelitian hanya dilakukan pada satu objek penelitian, yaitu The Westin Yilan Resort di Taiwan, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada seluruh hotel atau resort internasional lainnya.
2. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif sehingga hasil penelitian lebih berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena pelayanan dan belum menggunakan pengukuran statistik secara kuantitatif.
3. Jumlah informan penelitian masih terbatas sehingga pandangan yang diperoleh belum mewakili seluruh pelanggan dan staf hotel secara keseluruhan.

4. Penelitian hanya berfokus pada departemen Food & Beverage dan belum membahas pengaruh kualitas pelayanan dari departemen hotel lainnya seperti front office, housekeeping, atau recreation service terhadap loyalitas pelanggan.
5. Keterbatasan waktu penelitian menyebabkan observasi pelayanan hanya dilakukan pada periode tertentu sehingga belum mampu menggambarkan seluruh kondisi operasional hotel secara menyeluruh.

Berdasarkan keterbatasan penelitian tersebut, maka saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian pada beberapa hotel atau resort internasional lainnya agar hasil penelitian dapat dibandingkan dan memiliki cakupan yang lebih luas.
2. Penelitian berikutnya dapat menggunakan pendekatan mixed methods atau kuantitatif untuk mengukur pengaruh kualitas layanan Food & Beverage terhadap loyalitas pelanggan secara statistik.
3. Penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah informan atau responden agar data yang diperoleh lebih beragam dan mendalam.
4. Penelitian berikutnya dapat mengembangkan variabel penelitian lain seperti customer satisfaction, customer experience, digital service quality, atau emotional attachment pelanggan dalam industri hospitality.
5. Penelitian selanjutnya juga dapat membahas strategi pelayanan pada departemen hotel lainnya sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kualitas pelayanan hotel secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. 2018. *Designing and Conducting Mixed Methods Research* (3rd Ed.). Sage Publications.
- Griffin, J. 2016. *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. Lexington Books.
- Huda, Arifah Nur, and Hapsari Setyowardhani. 2023. "Analisis Hubungan Antara Eco SERVQUAL Dan Customer Satisfaction Dengan Peran Moderasi Gender, Serta Revisit Intention Pada Green Hotel Di Indonesia." *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 20(1):22–38. doi: 10.36406/jam.v20i01.844.
- Julita, Julita, Rachele, and Rachel Quinella. 2022. "Pengaruh Service Quality Terhadap Brand Loyalty Pada Hotel Bintang 5 Di Jakarta Pusat." *Hospitour: Journal of Hospitality & Tourism Innovation* 6(2):1–8.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- lian. 2023. "PENGARUH ATRIBUT ISLAM DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN DENGAN CITRA DESTINASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PARIWISATA DI KOTA SURAKARTA."
- Moleong, Lexy J. 2021. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Purnomo, Hery, Rino Sardanto, and Basthoumi Muslih. 2021. "Signifikansi Harga, Fasilitas Dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Hotel." *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis*

- & Manajemen 11(1):67–78. doi: 10.37932/j.e.v11i1.167.
- Putra, Briyan Cadoral; Dewi Tri; Wijayati, and Jun Surjanti. 2019. “The Effect of Transformational Leadership and Job Involvement on Employee Performance With Intrinsic Motivation As the Mediating Variable.” *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen* 9(3):263–82.
- Suardana, I. Ketut, and Neneng Nurhayati. 2019. “Kinerja Waiter Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan.” 2(2):13–19.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiowati, Dewi, and Henry Yuliamir. 2026. “Sumber Daya Manusia (SDM) Pada Swalayan Aneka Jaya Demak: Kunci Keberhasilan Dalam Pelayanan Dan Produktivitas Usaha Human Resources (HR) at Aneka Jaya Demak Supermarket: The Key to Success in Service and Business Productivity.” 8(3):1145–53. doi: 10.34007/jehss.v8i3.2971.
- Utama, I. Dewa Agung Gede Adi, and Anak Agung Gede Artha Kusuma. 2019. “Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 8(11):6468. doi: 10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p05.
- Yin, Robert K. 2018. *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. Sage Publications.
- Yuliamir, Henry. 2026. “Determinasi Kepuasan Tamu Melalui Kebersihan Kamar Dan Kualitas Layanan Housekeeping Pada Hotel Luxury Resort Di Jepang Determination of Guest Satisfaction through Room Cleanliness and Housekeeping Service Quality at Luxury Resort Hotels in Japan.” 8(3):1343–51. doi: 10.34007/jehss.v8i3.3006.
- Zaini, Penerbit Muhammad, Penerbit Muhammad Zaini, Nanda Saputra, Yayasan Penerbit, Muhammad Zaini, Karimuddin Abdullah Lawang, and Adi Susilo. 2023. *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Zulkarnaen, W., & Amin, N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(1), 106-128. <https://doi.org/10.31955/mea.v2i1.52>.

TABEL

Tabel 1. Karakteristik Informan Penelitian

No	Informan	Jabatan/Kategori	Jumlah
1	Informan 1	Food & Beverage Manager	1 Orang
2	Informan 2	Restaurant Supervisor	1 Orang
3	Informan 3	Waiter/Waitress	2 Orang
4	Informan 4	Chef/Kitchen Staff	1 Orang
5	Informan 5	Pelanggan Hotel	5 Orang
Total			10 Informan

Tabel 2. Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Food & Beverage

No	Strategi	Bentuk Implementasi	Hasil Temuan
1	Pelatihan Karyawan	Training hospitality dan komunikasi pelayanan	Staf lebih profesional dan responsif
2	Penerapan SOP	Standar pelayanan restoran dan kebersihan	Pelayanan lebih konsisten
3	Inovasi Menu	Kombinasi menu internasional dan lokal Taiwan	Meningkatkan pengalaman pelanggan
4	Teknologi Pelayanan	Sistem pemesanan digital dan pembayaran elektronik	Pelayanan lebih cepat dan efisien
5	Evaluasi Pelayanan	Guest comment dan online review	Keluhan pelanggan lebih cepat ditangani

Tabel 3. Penerapan SOP Pelayanan Food & Beverage

Aspek SOP	Implementasi
-----------	--------------

Penyambutan tamu	Pelanggan disambut dengan ramah
Waktu pelayanan	Penyajian makanan dilakukan tepat waktu
Kebersihan restoran	Area restoran dijaga tetap bersih
Penampilan staf	Grooming staf sesuai standar hotel
Penanganan complain	Keluhan pelanggan ditangani dengan cepat

Tabel 4. Bentuk Inovasi Menu dan Pelayanan

No	Inovasi	Tujuan
1	Menu khas Taiwan	Memperkenalkan budaya lokal
2	Healthy food menu	Mendukung konsep wellness resort
3	Seasonal menu	Menarik minat pelanggan
4	Modern plating	Meningkatkan daya tarik makanan
5	Paket family dining	Memberikan pengalaman makan bersama

Tabel 5. Penggunaan Teknologi dalam Pelayanan

Teknologi	Manfaat
Sistem pemesanan digital	Mempercepat proses pemesanan
Pembayaran elektronik	Mempermudah transaksi pelanggan
Reservasi online	Memudahkan pelanggan melakukan booking
Digital review	Memudahkan evaluasi pelayanan
Sistem room service digital	Meningkatkan kecepatan pelayanan

Tabel 6. Bentuk Evaluasi Pelayanan

Bentuk Evaluasi	Tujuan
Guest comment card	Mengetahui kepuasan pelanggan
Online customer review	Evaluasi kualitas pelayanan
Meeting evaluasi staf	Perbaikan pelayanan
Monitoring supervisor	Mengontrol kualitas operasional
Feedback pelanggan	Mengetahui kebutuhan pelanggan

Tabel 7. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

No	Faktor Pelayanan	Dampak terhadap Loyalitas
1	Keramahan staf	Pelanggan merasa nyaman
2	Kecepatan pelayanan	Meningkatkan kepuasan pelanggan
3	Kualitas makanan	Menjadi alasan pelanggan kembali
4	Kebersihan restoran	Menumbuhkan rasa percaya
5	Pelayanan personal	Memberikan pengalaman berkesan
6	Kenyamanan suasana	Membuat pelanggan betah

Tabel 8. Faktor Pendukung Peningkatan Kualitas Layanan

No	Faktor Pendukung	Keterangan
1	Dukungan manajemen	Memberikan pelatihan dan evaluasi rutin
2	Kompetensi staf	Staf memiliki kemampuan pelayanan yang baik
3	Fasilitas modern	Mendukung kenyamanan pelanggan
4	Penggunaan teknologi	Mempermudah pelayanan
5	Kerja sama tim	Meningkatkan efektivitas operasional

Tabel 9. Faktor Hambatan Pelayanan Food & Beverage

No	Faktor Hambatan	Dampak
1	Perbedaan bahasa pelanggan	Komunikasi pelayanan kurang optimal
2	Ekspektasi pelanggan tinggi	Staf harus menjaga kualitas pelayanan
3	High season	Beban kerja staf meningkat
4	Restoran ramai	Waktu pelayanan menjadi lebih lama