

ABSTRAK

Pada umumnya, tujuan dari setiap usaha hotel adalah mencari keuntungan yang sebesar-besarnya dengan menyediakan fasilitas dan pelayanan yang sesuai kepada tamu. Dalam persaingan bisnis perhotelan sekarang ini, kualitas layanan merupakan hal yang paling penting dimana berfungsi sebagai strategi diferensiasi ketika menjual produk yang sama yaitu kamar.

Keberhasilan kinerja suatu hotel terlihat pada kemampuan mengelola layanan sebagai penawaran yang berfungsi tidak hanya memuaskan pelanggan tetapi juga membuat mereka senang (*delight*). Sekarang ini, *Customer Satisfaction is ONLY BASIC* karena tidak mampu membentuk pola pembelian berulang dan loyalitas yang tinggi. Muncullah *customer delight* yang sekarang ini merupakan kunci untuk mendapatkan *customer loyalty*, dimana *customer loyalty* merupakan penggerak laba bagi badan usaha. Untuk itu seiring dengan berjalannya waktu, maka badan usaha dituntut meningkatkan kualitasnya dengan memberikan nilai tambah untuk pelanggan.

Salah satu *room division* yang mempunyai peranan penting dalam penjualan kamar, pelayanan tamu, dan memiliki kontribusi terbesar dalam menghasilkan *revenue* berupa *room profit* di Hotel GRAND TIGA MUSTIKA Balikpapan adalah departemen *Front Office*. Di bagian inilah terjadi proses penerimaan tamu, selama tamu menginap sampai dengan meninggalkan hotel. Staf *front office* dituntut untuk memberikan layanan yang menyenangkan (*delighting*) karena merupakan tempat terbentuknya kesan pertama dan terakhir kali dari seorang tamu.

Dalam skripsi ini, penulis membahas penerapan *customer delight* dalam operasional departemen *Front Office*. Diharapkan dengan penerapan kelima indikator *customer delight* (*recognition, flexibility, anticipation, knowledge* dan *problem resolve to delight*) akan mempengaruhi *performances measurement* Hotel GRAND TIGA MUSTIKA Balikpapan.

Keyword: *Customer delight, satisfaction dan performances measurment.*