

## The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at The Ritz-Carlton Bali Hotel

I Ketut Andika Putra Laksana<sup>1\*</sup>, Ida Ayu Kalpikawati<sup>2</sup>, Ni Luh Ketut Sri Sulistyawati<sup>3</sup>

Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Politeknik Pariwisata Bali

**Corresponding Author:** I Ketut Andika Putra Laksana

[andikaputralaksana14@gmail.com](mailto:andikaputralaksana14@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Keywords* : Service Quality, Customer Satisfaction, Ritz-Carlton

*Received* : 26 November 2024

*Revised* : 19 December 2024

*Accepted*: 20 January 2025

©2025 Laksana, Kalpikawati, Sulistyawati : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

This study is intended to be able to evaluate the influence of service quality on customer satisfaction. A total of 100 respondents were presented as samples using purposive sampling techniques. The data used are quantitative data on service quality and customer satisfaction. The results of the analysis show the presence of a positive influence and its significance between (x) and (y), with t count greater than t table ( $13.272 > 1.984$ ) and its significance level is smaller than  $\alpha$  ( $0.001 < 0.05$ ). Therefore, it can be concluded that service has a positive impact and its significance is apparent on customer satisfaction at The Ritz-Carlton, Bali.

---

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel The Ritz-Carlton Bali

I Ketut Andika Putra Laksana<sup>1\*</sup>, Ida Ayu Kalpikawati<sup>2</sup>, Ni Luh Ketut Sri Sulistyawati<sup>3</sup>

Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Politeknik Pariwisata Bali

**Corresponding Author:** I Ketut Andika Putra Laksana

[andikaputralaksana14@gmail.com](mailto:andikaputralaksana14@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Ritz-Carlton

*Received :* 26 November 2024

*Revised :* 19 Desember 2024

*Accepted:* 20 Januari 2025

©2025 Laksana, Kalpikawati, Sulistyawati : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan supaya mampu mengevaluasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Sebanyak 100 responden dihadirkan selaku sampel memakai teknik purposive sampling. Data yang dipakai adalah data kuantitatif mengenai kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan. Hasil analisis menampilkan hadirnya pengaruh positif serta nampak signifikansinya diantara (x) dengan (y), dengan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $13,272 > 1,984$ ) serta taraf signifikansinya lebih kecil dari  $\alpha$  ( $0,001 < 0,05$ ). Oleh karenanya, mampu dibuat kesimpulan bahwasanya pelayanan berdampak positif serta nampak signifikansinya pada kepuasan pelanggan di The Ritz-Carlton, Bali.

---

## PENDAHULUAN

Konsep mengenai kepuasan pelanggan merupakan aspek yang sangat penting dalam sektor industri perhotelan, yang dapat dimanfaatkan untuk menarik minat konsumen (Sihombing & Hellen, 2021). Terwujudnya kepuasan pelanggan secara pasti dapat memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan, menciptakan keharmonisan. Hal ini akan membuat pelanggan merasa terdorong untuk melaksanakan pembelian kembali, serta berpotensi memberikan keuntungan bagi perusahaan dengan menghasilkan rekomendasi positif dari mulut ke mulut (*word of mouth*) (Tjiptono dalam Aziz et al., 2023). Melalui studi yang dilaksanakan oleh Ratna, 2023 memaparkan bahwasanya kepuasan pelanggan diketahui sebagai sebuah aspek yang menunjukkan taraf kepuasan pelanggan atas barang maupun jasa yang disediakan oleh suatu perusahaan, berkaitan dengan barang atau jasa yang mereka terima.

Kepuasan pelanggan menjadi elemen krusial pada dunia bisnis, sebab dapat memengaruhi keputusan pelanggan untuk melaksanakan pembelian ulang di masa depan. Hal tersebut selaras pada pandangan Kotler et al., 2018 yang menegaskan terkait kepuasan mampu dipahami selaku perasaan bahagia ataupun tidak puas yang muncul dari perbandingan kinerja produk yang konsumen rasakan dengan harapannya. Pada zaman kuatnya persaingan bisnis sekarang ini, industri perhotelan tentunya dituntut untuk terus berusaha melakukan peningkatan pada kualitas layanan supaya mampu memenuhi kepuasan pelanggan. Kepuasan diperoleh ketika keinginan dan harapan pelanggan dapat direalisasikan oleh sektor industri, terutama dalam bidang perhotelan. Oleh karena itu, diperlukan adanya pengelolaan industri yang tepat agar dapat terus memperhatikan kualitas pelayanan yang sesuai, sehingga mampu meningkatkan kepuasan konsumen.

Penurunan tingkat hunian kamar serta penggunaan repeater tamu di The Ritz-Carlton, Bali juga dipengaruhi oleh adanya ulasan negatif terkait kualitas pelayanan yang disampaikan oleh para konsumen. Berikut adalah ulasan negatif mengenai kualitas layanan yang diterima oleh konsumen di The Ritz-Carlton, Bali. Ulasan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan yang pernah menginap di The Ritz-Carlton, Bali mengalami pengalaman menginap yang kurang memuaskan, disebabkan oleh rendahnya standar pelayanan yang diberikan, terutama dalam memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Kepuasan pelanggan dapat diperoleh jika konsumen memiliki pandangan positif terhadap produk yang dibeli dan produk tersebut sesuai dengan harapan yang diinginkan. Kepuasan pelanggan terbentuk ketika produk yang disediakan dan pelayanan yang disediakan selaras dengan harapan mereka. Berdasarkan pemaparan Tjiptono dalam Pratama, 2017, hal yang menentukan taraf kepuasan pelanggan diklasifikasikan ke dalam dua faktor, yakni keluhan serta harapan pelanggan terkait layanan yang mereka terima.

Tjiptono dalam Kadek et al., 2020 menyatakan jika kualitas pelayanan berkontribusi besar pada kepuasan pelanggan. Perhotelan yang mementingkan kualitas pelayanan yang optimal dapat memberikan dampak langsung pada kepuasan pelanggannya (Walker dalam Aisha & Azhar, 2022). Kualitas pelayanan menjadi suatu usaha bagi pihak The Ritz-Carlton, Bali dalam

merealisasikan kenyamanan terkait pelanggan, supaya konsumen merasa memiliki nilai yang jauh dari harapannya. Harapan konsumen tentunya menjadi faktor esensial bagi pihak industri perhotelan. Kualitas pelayanan yang mampu mendekati kepuasan pelanggan tentunya dapat menciptakan harapan yang tinggi.

The Ritz-Carlton, Bali menerapkan strategi agar dapat memberikan peningkatan pada kualitas layanan yang disediakan untuk seluruh tamu. Berdasarkan hasil wawancara tidak formal dengan salah satu pegawai dari *Human Resource Department* di bagian *learning* dan *development*, diungkapkan bahwa langkah-langkah yang sudah dilaksanakan oleh The Ritz-Carlton, Bali meliputi penerapan *Standard Operating Procedure (SOP)* dan praktik peran yang rutin dilaksanakan selama *briefing* di setiap *department*. Penerapan SOP dan *Role Play* ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menjaga kualitas layanan kepada pelanggan. Melalui layanan berkualitas yang mampu memenuhi ekspektasi konsumen, kepuasan pelanggan akan tercapai secara tidak langsung (Aisha & Azhar, 2022).

Fenomena yang terjadi di hotel The Ritz-Carlton, Bali menunjukkan adanya penurunan dalam tingkat hunian serta jumlah tamu yang kembali, serta munculnya komentar negatif terkait kualitas layanan. Namun, kualitas layanan yang disediakan oleh The Ritz-Carlton, Bali telah tepat dengan "*Standar Operasional Prosedur*" atau yang disingkat dengan SOP yang telah disahkan. Melalui studi sebelumnya yang dilaksanakan oleh Benjamin et al., 2023, ditemukan jika kualitas layanan berdampak positif serta nampak signifikansinya terhadap taraf kepuasan pelanggan. Tetapi, riset yang dilaksanakan oleh Malinta et al., 2024 memberi hasil jika kualitas layanan tidak mempengaruhi yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan fenomena yang muncul di dalam konteks penelitian dan adanya ketidaksesuaian dalam hasil penelitian sebelumnya, peneliti hendak untuk menelusuri lebih lanjut isu ini pada tujuan memahami sejauh mana kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan di Hotel The Ritz-Carlton, Bali.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan yakni satu di antara cara untuk menggapai kepuasan tamu, yang terlihat dari ketertarikan tamu untuk melaksanakan pembelian ulang, diperlihatkan pada kunjungan tamu yang berulang (Sulistyawati, 2019). Tjiptono yang dikutip oleh Gian et al., 2023 mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan merupakan layanan yang bertujuan agar dapat menunaikan kebutuhan serta harapan pelanggan, dengan memastikan ketepatan penyajian guna menyeimbangkan harapan pelanggan. Kualitas layanan merupakan elemen kunci yang memiliki peran penting dalam memberikan kepuasan kepada konsumen (Sulistyawati & Seminari, 2015).

Selain itu, kualitas layanan juga menunjukkan dampak yang nampak signifikansinya terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Virdha, 2020). Selaras dengan teori dan riset yang ada, nampak relasi yang positif serta nampak signifikansinya diantara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan. Melalui

definisi yang sudah dipaparkan, hipotesis yang dipergunakan pada studi ini ialah:

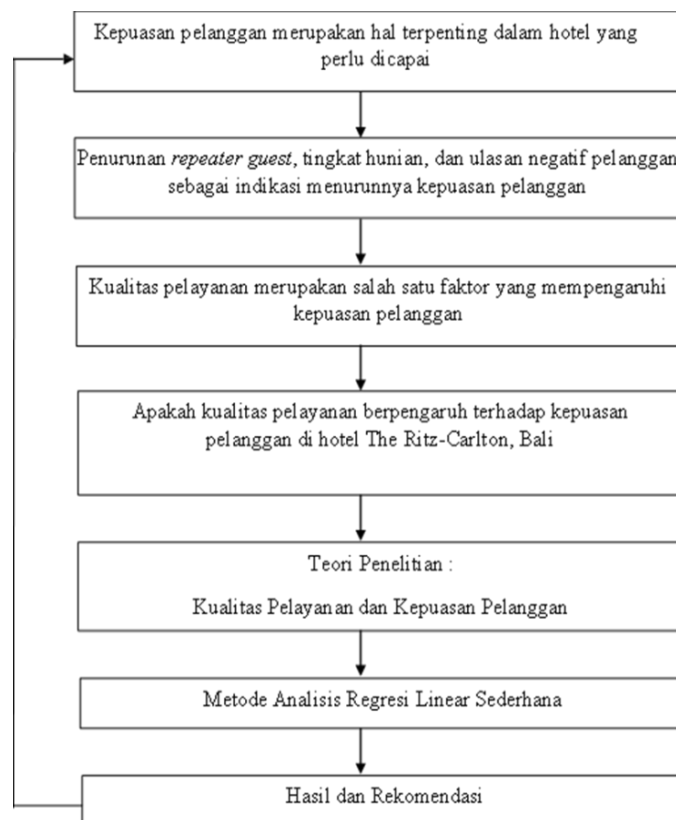
H0: Kualitas pelayanan tidak mempengaruhi positif maupun nampak signifikansinya terhadap kepuasan pelanggan.

Ha: Kualitas pelayanan mempengaruhi positif maupun nampak signifikansinya terhadap kepuasan pelanggan.

### Kepuasan Pelanggan

Menurut Park dalam Masilli et al., 2022 menyatakan jika kepuasan konsumen merupakan sebuah emosi yang dirasakan oleh pelanggan sebagai reaksi terhadap produk atau layanan yang sudah mereka gunakan. Kotler et al., 2018 memaparkan bahwasanya kepuasan pelanggan diketahui sebagai cerminan dari penilaian individu terhadap performa produk yang pelanggan rasakan, dibandingkan dengan ekspektasi yang dimiliki. jikalau performa tidak sesuai harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Ketika hasil kerja selaras pada harapan, pelanggan akan merasa senang. Bila hasil terkait melampaui ekspektasi, pelanggan akan merasa puas. Kepuasan pelanggan tercapai ketika produk atau layanan mampu memenuhi harapan pelanggan sesudah dipakai. (Diwyarthi & Wiartha, 2019).

Kerangka pemikiran yang dipakai pada riset ini bisa nampak dalam Gambar 1 yakni.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## METODOLOGI

Objek studi dalam studi ini ialah pengaruh kualitas pelayanan (X) dipakai agar mengetahui pengaruhnya pada kepuasan pelanggan (Y). Studi ini dilaksanakan di The Ritz-Carlton, Bali dengan alamat di Jl. Nusa Dua, Lot III, Sawangan, Kec. Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali. Penelitian ini memakai data kuantitatif. Pengumpulan data yang dilaksanakan mencakup data primer maupun sekunder. Populasi pada riset ini ialah para pelanggan yang pernah menginap di The Ritz-Carlton, Bali pada tahun 2019-2023 yang berjumlah sebanyak 495.351. Maka, bisa diketahui jumlah sampel yang dapat diambil yakni sebanyak 99,8 dengan pembulatan menjadi 100 sampel melalui responden yang memenuhi kriteria sampel. Analisa regresi linier sederhana dipergunakan pada riset ini guna dapat diketahui sebanyak apa pengaruh variabel bebas yakni kualitas pelayanan (X) pada variabel terikat yakni kepuasan pelanggan (Y).

## HASIL PENELITIAN

Uji validitas menghasilkan jika setiap item pertanyaan dari masing-masing variabel mempunyai angka  $> 0,30$  maupun signifikansi  $< 0,05$ , maka item pertanyaan melalui kuisisioner yang dipergunakan terbukti valid. Uji reliabilitas menghasilkan angka *Cronbach's Alpha* rata-rata variabel  $> 0,60$ . Hal tersebut menyatakan jika semua instrumen sangat reliabel.

Berikut merupakan hasil penyajian pengujian asumsi klasik maupun analisa regresi linear berganda terdapat dibawah ini.

Tabel 1. Hasil Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.76631843
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.048
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data diolah, 2024

Dari pengujian normalitas diatas menghasilkan jikalau Nilai Asymp. Sig (2-tailed) bernilai 0,200, maksudnya  $0,200 > 0,05$  hal ini bisa diberi simpulan jika residual data yang dipergunakan pada riset ini mempunyai distribusi normal.

Tabel 2. Hasil Heteroskedastisitas

		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.518	1.396		1.087	.280
	Kualitas Pelayanan	.079	.084	.094	.937	.351

Sumber: Data diolah, 2024

Uji heteroskedastisitas menghasilkan jika pada masing-masing variable bebas mempunyai angka signifikansi < 0,05 yakni 0,351. Maka diberi simpulan jika heteroskedastisitas tidak terjadi pada riset ini.

Tabel 3. Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.472	1.804		4.697	<.001
	Kualitas Pelayanan	1.445	.109	.802	13.272	<.001

Sumber: Data diolah, 2024

Angka konstanta sebanyak 8,472 maka berarti jika kualitas pelayanan (X) ditiadakan maka, kepuasan pelanggan bernilai sebanyak 8,472. Jika angka variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X) meningkat, maka variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) juga mengalami peningkatan karena angka variabel bebas yang positif.

Angka koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan sebanyak 1,445 memiliki arti jika terjadi kenaikan kualitas pelayanan (X) sebanyak satu satuan, sementara variabel yang lain tetap, maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebanyak 1,445. Koefisien regresi tersebut bernilai positif dengan artian kualitas pelayanan (X) maupun kepuasan pelanggan berhubungan secara searah. Ditingkatkannya kualitas pelayanan (X) juga akan mengakibatkan kepuasan pelanggan mengalami peningkatan.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	Model Summary		
		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.802 <sup>a</sup>	.643	.639	4.47597

Sumber: Data diolah, 2024

Uji koefisien determinasi menghasilkan jika angka *R-square* yang diperoleh dari hasil analisa ini ialah 0,643 maka artinya jika variabel terikat mampu dijabarkan variabel bebas yakni 64,3% (0,643 X 100%) maka sisanya yakni 35,7 % (100% - 64,3%).

## PEMBAHASAN

Studi yang sudah dilaksanakan ini menghasilkan jika kualitas pelayanan memengaruhi dengan positif serta nampak signifikansinya pada kepuasan pelanggan yang bisa dilihat melalui pengujian hipotesis dengan hasil angka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yakni  $13,272 > 1,984$  serta angka signifikansi  $< \alpha$  yakni  $0,000 < 0,05$ . Angka koefisien regresi kualitas pelayanan yakni sebanyak 1,445 dengan

menghasilkan jika kualitas pelayanan mempengaruhi pula dengan positif maupun nampak signifikansinya pada kepuasan pelanggan. Studi ini selaras dengan studi terdahulu yang dilaksanakan oleh Skawati dan Suhendar (2020), Benjamin, et al (2023), Dedy dan Alfandi (2022), Gian, et al (2023), Ishakl serta Azizah (2022), Matantu, et al (2020), Sagala dan Althalets (2022). Semua studi tersebut menghasilkan jika memang benar kualitas pelayanan mempengaruhi dengan positif serta nampak signifikansinya terhadap kepuasan pelanggan, dengan mempertegas jika aspek kualitas pelayanan begitu penting guna mencapai sebuah kepuasan pelanggan.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Melalui hasil studi yang sudah dipaparkan, maka bisa disimpulkan jika kualitas pelayanan mempengaruhi positif dan nampak signifikansinya pada kepuasan pelanggan di The Ritz-Carlton, Bali dengan angka  $t_{hitung} > t_{tabel} = 13,272 > 1,984$  serta angka signifikasi  $< \alpha = 0,001 < 0,05$ . Variabel kualitas pelayanan juga menghasilkan dengan memberi pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan di The Ritz-Carlton, Bali dengan berkontribusi sebanyak 64,3%.

## **PENELITIAN LANJUTAN**

Bagi para peneliti selanjutnya disarankan agar dapat memncari insormasi variabel-variabel lain yang bisa membuat model struktural studi menjadi lebih baik, dikarenakan masih ada 35,7% dari model struktural yang bisa dipaparkan lebih dalam lagi oleh aspek lainnya seperti harga, promosi dan sebagainya.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Sege nap rasa syukur peneliti haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, dikarenakan limpahan rahmat karunia maupun kuasa-Nya peneliti bisa menuntaskan studi ini secara baik penuh kelancaran.

Penulis juga hendak berterima kasih pada dosen pembimbing yang sudah meluangkan waktu, memberikan masukan, serta saran yang berharga sekali, sehingga penulis bisa menuntaskan studi ini dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisha, N., & Azhar, M. E. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Tamu Menginap Di The Hill Resort Sibolangit. *Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu*, 3(1).
- Aziz, R. A., Awaluddin, & Uleng, A. (2023). Institute of Research and Publication Indonesia IJBEM: Indonesian Journal of Business Economics and Management Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Al-Fazza Kredit Syariah Mandiri. *Indonesian Journal OfBusiness Economics and Management* . <https://journal.irpi.or.id/index.php/ijbem>
- Benjamin, S. D. S., Longkotoy, M., Renouw, A. A., Kristen, U., Sorong, P., Kalasuat, J. F., Utara, K. S., Sorong, K., & Barat, P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mariat Hotel di Kota Sorong. *Journal on Education*, 05(03).
- Diwyarthi, N. D. M. S., & Wiartha, I. G. N. M. (2019). Quality Of Home Stay Services Towards Guest's Satisfaction In Kalibukbuk Village At Buleleng Regency. *Bisnis Hospitaliti*.
- Gian, E. I., Bagus, I., Ksama Putra, A., Nurochman, R. M., Kesumah, P., Haryati, R., Novrina, D., Arifin, H., & Dwi Novrina, P. (2023). Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi (JIMIA) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Ilos Bandung. In *Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi (JIMIA)* (Vol. 17, Issue 1). Online. <http:https://jurnal.unnur.ac.id/index.php/jimia>
- Kadek, Samudra, R., Putu, N., Anggraini, N., Gede, & Hendrawan, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Elevation Surf Board Denpasar.
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., Tan, C. Tiong., Ang, S. Hoon., & Leong, S. Meng. (2018). *Marketing management : an Asian perspective*. Pearson Education Limited.
- Malinta, A., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Grand Q Di Kota Gorontalo. *JAMBURA*, 7(1).
- Masilli, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari Di Desa Sea Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa.
- Pratama, Y. A. (2017). Pelanggan (Studi Pada Lokal.Fest Coffee And Eatery Turen-Malang).

- Ratna. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Boogie Dessert Sushi Bogor.
- Sihombing, D. A., & Hellen, H. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Menginap di Chain Hotel. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 22-29. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.9445>
- Sulistyawati, N. L. K. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Sheraton Bali Kuta Resort. *Bisnis Hospitaliti*, 8.
- Sulistyawati, & Seminari. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar.
- Virdha, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi Pada Alfatih Business Center Ii Hpai Kota Bengkulu).