



The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at the Laguna, a Luxury Collection Resort & Spa, Nusa Dua, Bali

Sherin Natasha Suryadi^{1*}, Ni Luh Ketut Sri Sulistyawati², I Nyoman Sukana Sabudi³

Politeknik Pariwisata Bali

Corresponding Author: Sherin Natasha Suryadi natashasherins@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Hotel, Management, Customer Satisfaction

Received : 22, June

Revised : 24, July

Accepted: 26, August

©2024 Suryadi, Sulistyawati, Sabudi:

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

Hotels to increase competitiveness need to prioritize customer satisfaction with the quality of service that affects. The study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction of The Laguna, a Luxury Collection Resort & Spa, Nusa Dua, Bali. The data used includes quantitative data in the form of questionnaires and qualitative data in the form of customer complaints and interviews with Human Resources Staff. The sampling technique method used in this research is purposive sampling. Analysis was carried out using simple linear regression and SPSS version 29 for Windows. This study gives results if Customer Quality (X) has a significant effect on Customer Satisfaction (Y) with a $t_{count} > t_{table} = 16.010 > 1.661$ and a significance number $< \alpha = 0.000 < 0.05$. This study concludes that service quality has a significant effect on customer satisfaction.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di the Laguna, a Luxury Collection Resort & Spa, Nusa Dua, Bali

Sherin Natasha Suryadi^{1*}, Ni Luh Ketut Sri Sulistyawati², I Nyoman Sukana Sabudi³

Politeknik Pariwisata Bali

Corresponding Author: Sherin Natasha Suryadi natashasherins@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Hotel, Manajemen, Kepuasan Pelanggan

Received : 22, Juni

Revised : 24, Juli

Accepted: 26, Agustus

©2024 Suryadi, Sulistyawati, Sabudi:

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

Hotel meningkatkan daya saing perlu memprioritaskan kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan yang mempengaruhi. Studi mempunyai tujuan agar mengetahui pengaruh adanya kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan The Laguna, a Luxury Collection Resort & Spa, Nusa Dua, Bali. Data yang dipergunakan meliputi data kuantitatif berupa kuesioner maupun data kualitatif berupa keluhan pelanggan serta wawancara bersama Staf Human Resources. Metode teknik sampling yang dipergunakan dalam riset ini merupakan purposive sampling. Analisa dilaksanakan dengan mempergunakan regresi linier sederhana serta alat bantu SPSS version 29 for Windows. Studi ini memberi hasil jika Kualitas Pelanggan (X) mempengaruhi signifikan pada Kepuasan pelanggan (Y) dengan angka thitung > ttabel = 16,010 > 1,661 serta angka signifikansi < $\alpha = 0,000 < 0,05$. Studi ini memberi simpulan yaitu kualitas pelayanan mempengaruhi signifikan pada kepuasan pelanggan.

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor wisata di era globalisasi semakin meningkat dengan cepat. Perkembangan industri ini menciptakan kompetisi yang sengit dalam hal penawaran maupun penyediaan jasa kepada konsumen. Sektor pariwisata meliputi berbagai jenis usaha seperti, tempat makan, akomodasi, layanan pengiriman, transportasi, pengembangan kawasan destinasi wisata, fasilitas, serta daya tarik wisata. Hotel sebagai salah satu jenis akomodasi yang mendukung wisatawan dan beroperasi dalam sektor jasa harus memprioritaskan kualitas layanan yang diberikan kepada tamu. Manajemen bisnis di sektor perhotelan harus dilakukan dengan baik karena adanya tingkat persaingan yang sangat ketat di pasar (Rahayuningsih, 2019). Hotel sebagai penyedia layanan perlu melakukan berbagai usaha untuk memberikan tingkat kepuasan yang maksimal kepada para pelanggan.

Menurut Indrasari (2019), menyatakan bahwa kualitas produk, layanan, suasana emosional, harga, dan biaya dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Melalui riset yang dilaksanakan oleh Lubis (2018), menghasilkan jika kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan, terutama oleh penyedia jasa di bidang tersebut. Konsumen biasanya akan melakukan pembelian kembali atau menggunakan layanan tersebut jika mereka merasa puas dengan pelayanan yang diterima (Rohman & Sujiah, 2021). Kepuasan tamu di hotel dapat terlihat melalui adanya pelanggan yang kembali menginap, dikenal sebagai tamu ulang (*repeater guest*).

Hotel The Laguna, yang merupakan bagian dari Luxury Collection Resort & Spa di Nusa Dua, Bali, merupakan salah satu akomodasi dengan berbintang lima di area Nusa Dua yang memiliki komitmen untuk menjaga kepuasan tamu. Hotel ini beroperasi di bawah jaringan Marriott International. Di hotel The Laguna Bali telah terjadi penurunan jumlah kunjungan tamu untuk kesekian kalinya. Penurunan jumlah *repeater guest* dari tahun ke tahun. Pada tahun 2021, total kehadiran tamu *repeater* mencapai 376. Pada tahun berikutnya, yaitu 2022, terjadi penurunan, dengan total kehadiran tamu *repeater* mencapai 288. Pada akhir tahun 2023, menghadapi penurunan, jumlah kehadiran tamu *repeater* tercatat sebesar 187. Namun, selain penurunan jumlah *repeater guest*, terdapat juga beberapa keluhan yang disampaikan oleh para tamu di The Laguna Bali.

Kualitas layanan yang memuaskan dapat menciptakan kebahagiaan bagi pelanggan. Menjaga kualitas pelayanan memerlukan upaya melalui pelatihan yang terutama ditujukan untuk Sumber Daya Manusia (SDM), agar pelayanan yang disajikan dapat memuaskan. Berdasarkan hasil wawancara dengan staf Sumber Daya Manusia, langkah-langkah yang diterapkan pada The Laguna, a Luxury Collection Resort & Spa, Nusa Dua, Bali agar menjaga kepuasan pelanggan dilakukan melalui penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) dan pelatihan rutin yang dilaksanakan oleh departemen Sumber Daya Manusia. Penerapan SOP dan pelatihan tersebut dilakukan untuk menjaga para konsumen dengan memberi kualitas layanan yang baik.

Kualitas layanan mempunyai lima indikator yang dirasakan secara langsung oleh pelanggan, yaitu tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (kecepatan respons), assurance (jaminan), maupun empathy (kepedulian) (Kawatak et al. , 2023) Ukuran kualitas layanan memainkan peran penting terutama dalam industri jasa yang fokus pada pemenuhan kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan. Layanan yang mampu melebihi ekspektasi pelanggan diklasifikasikan sebagai layanan yang berkualitas atau memuaskan, sedangkan kondisi sebaliknya berlaku untuk jenis layanan yang buruk (Indrajaya Taip, 2019). Layanan yang disediakan oleh hotel tentunya akan dibandingkan dengan pengalaman menginap sebelumnya dari tamu yang datang untuk kesekian kalinya. Jika layanan yang tersedia tidak memenuhi harapan atau bahkan melebihi ekspektasi mereka, tentu saja mereka akan mempertimbangkan kembali untuk melakukan pembelian kembali. Kekecewaan itu dapat menyebabkan seseorang enggan untuk merekomendasikan hotel terhadap orang lain, contohnya keluarga ataupun teman dekatnya.

Layanan yang berkualitas maupun terpunasakannya pelanggan muncul sebagai salah satu isu penting dalam penelitian di bidang pariwisata dan perhotelan, dan hal ini telah menarik perhatian besar dari kalangan akademisi dan peneliti. Terdapat banyak publikasi yang membahas kualitas layanan dan kepuasan pelanggan sejak diperkenalkannya model awal kualitas layanan pada pertengahan tahun 1980-an, dan hal ini terus menjadi fokus utama dalam penelitian (Shyju et al. , 2021) Melalui beberapa studi sebelumnya yang dilaksanakan oleh Mamesah (2020), Saputra dan Yulistianis (2019), serta Sugiyanto dan Kurniasari (2020) menghasilkan jika kualitas pelayanan mempengaruhi positif pada kepuasan pelanggan. Fenomena yang terjadi pada The Laguna, a Luxury Collection Resort & Spa, Nusa Dua, Bali ialah menurunnya jumlah tamu kembali, meskipun kualitas layanan yang ditawarkan oleh hotel sudah cukup memuaskan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

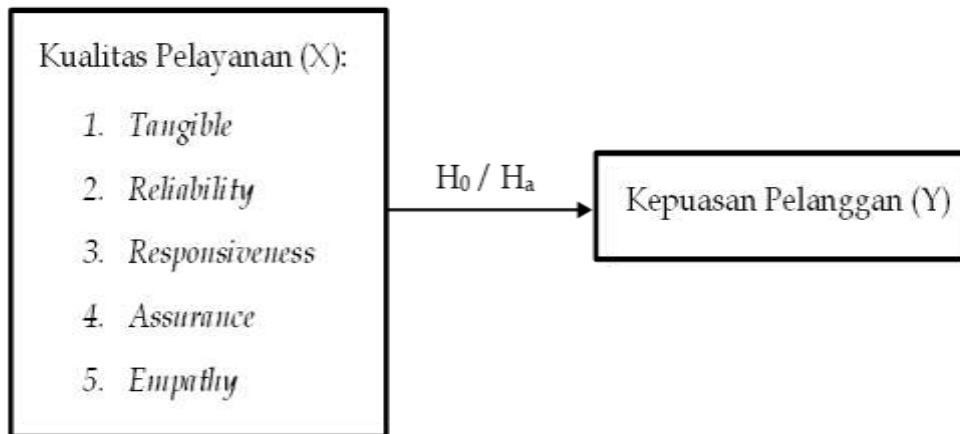
Menurut Tijiptonu dan Chandra (2016), kepuasan merupakan kemampuan untuk melakukan sesuatu atau melakukannya dengan benar. Parasuraman dkk (1990) menyatakan kepuasan pelanggan merupakan perbandingan diantara persepsi pelanggan dengan harapan terhadap apa yang akan diterima. Kepuasan pelanggan bisa dinyatakan sebagai kebahagiaan ataupun kekecewaan yang dihasilkan dari perbandingan diantara harapan maupun kenyataan (Cutler, 2012). Pelayanan maupun produk yang diberikan kepada pelanggan akan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Bagi Nasution (2015), kualitas pelayanan dianggap baik serta memuaskan jika pelayanan memenuhi harapan pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kenyataan tidak melebihi harapan maka kualitas pelayanan dinilai kurang memuaskan dan sebaliknya jika kenyataan yang diterima pelanggan melebihi harapan maka kualitas pelayanan dinilai tidak memuaskan menurut Tjiptono (2012). Bagi Tjiptono dan Chandra (2016), kualitas pelayanan merupakan ukuran profesional terhadap tingkat pelayanan yang diberikan untuk memenuhi harapan pelanggan. Pemangku kepentingan bisnis harus mampu memberikan kepuasan pelanggan yang mengesankan dan meminimalkan terciptanya pengalaman pelanggan yang tidak mengesankan.

H₀ : Kualitas pelayanan tidak mempengaruhi secara positif maupun signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H_a : Kualitas pelayanan mempengaruhi secara positif maupun Signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Melalui hasil teori yang disajikan mengenai adanya pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan The Laguna, a Luxury Collection Resort & Spa, Nusa Dua, Bali, maka bisa dirumuskan menjadi sebuah kerangka konseptual pada Gambar 1. Kerangka Konseptual tersebut menjelaskan bahwa penelitian ini berfokus pada kualitas pelayanan dijadikan variabel bebas ataupun independen pada kepuasan pelanggan dijadikan sebagai variabel terikat ataupun variabel dependen.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Populasi dari riset ini ialah pelanggan yang sudah pernah menginap di The Laguna, a Luxury Collection Resort & Spa, Nusa Dua, Bali. Teknik pengambilan sampel yang digunakan merupakan metode purposive sampling serta dihitung mempergunakan rumus Slovin dengan asumsi jumlah pelanggan di 2024 sama dengan jumlah pelanggan pada tahun 2023. Hasil dan pembulatan setelah perhitungan rumus slovin adalah sebesar 100 responden yang diperlukan dalam penelitian ini dan penyebaran kuesioner dalam bentuk google form kepada pelanggan yang pernah menginap di The Laguna, a Luxury Collection Resort & Spa, Nusa Dua, Bali.

HASIL PENELITIAN

Pengujian Validitas

Pengujian validitas mempunyai tujuan agar menungkapkan makna yang hendak disampaikan terkait variabel yang diteliti pada riset ini.

Tabel 1. Rekapitulasi Uji Validitas

No	Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil
1	Kualitas Pelayanan (X)	X1	0,803	0,1966	Valid
		X2	0,872		Valid
		X3	0,824		Valid
		X4	0,840		Valid
		X5	0,870		Valid
		X6	0,854		Valid
		X7	0,870		Valid
		X8	0,827		Valid
		X9	0,837		Valid
		X10	0,830		Valid
		X11	0,789		Valid
		X12	0,836		Valid
		X13	0,819		Valid
		X14	0,878		Valid
		X15	0,836		Valid
		X16	0,870		Valid
		X17	0,835		Valid
		X18	0,860		Valid
		X19	0,837		Valid
2	Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,821	0,1966	Valid
		Y2	0,789		Valid
		Y3	0,762		Valid
		Y4	0,690		Valid
		Y5	0,779		Valid
		Y6	0,763		Valid
		Y7	0,817		Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2024.

Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas ini dilaksanakan guna mengetahui konsistensi alat ukur dengan mempergunakan kuesioner agar mudah diketahui jika bila mana pengukuran dilaksanakan kembali apakah hasilnya akan sama tetap konsisten

Tabel 2. Rekapitulasi Uji Reliabilitas

No	Variabel	Total Item Pernyataan	Nilai Cronbach's Alpha	Hasil
1	Kualitas Pelayanan (X)	19	0,977	Reliabel
2	Kepuasan Pelanggan (Y)	7	0,886	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian, 2024.

Pengujian Normalitas

Pengujian normalitas dalam riset ini ialah dengan one-sample kolmogorov-smirnov melalui bantuan SPSS 29. Apabila mana angka kolmogorov-smirnov < 0,05 maka artinya data ini tidak berrdistribusi normal maka sebaliknya jika bisa juga di distribusikan secara normal

Tabel 3. Rekapitulasi Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.78355058
Most Extreme Differences	Absolute	0.079
	Positive	0.069
	Negative	-0.079
Test Statistics		0.079
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		0.121

Sumber: Hasil Penelitian, 2024.

Melalui Tabel 3 diatas, dihasilkan jika angka signifikasi Asymp.Sig (2-tailed) sebesar $0,121 < 0,05$. Maka menghasilkan jika dasar pengambilan keputusan telah sesuai melalui uji normalitas Kolmogorov-Smirnov serta bisa disimpulkan jika data ini berdistribusi secara normal.

Tabel 4. Rekapitulasi Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.305	.719		1.815	.073
	Kualitas Pelayanan	.002	.009	.017	.172	.864

Sumber: Hasil Penelitian, 2024.

Melalui Tabel 4, menghasilkan jika angka signifikansi (Sig.) dalam semua data mempunyai angka signifikansi di atas 0,05 yaitu 0,864 maka bisa dinyatakan jika gejala heteroskedastisitas terbebas.

Tabel 5. Rekapitulasi Uji Linieritas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	922.355	22	41.925	14.929	.000
		Linearity	823.666	1	823.666	293.302	.000
		Deviation from Linearity	98.689	21	4.699	1.673	.054
	Within Groups		216.235	77	2.808		
Total		1138.590	99				

Sumber: Hasil Penelitian, 2024. (diolah SPSS 29)

Melalui pengujian yang dihasilkan jika angka Sig. deviation from linearity sebanyak 0,054 > 0,05. Maka bisa disimpulkan jika adanya hubungan secara linear diantara kualitas pelayanan (X) melalui variabel kepuasan pelanggan (Y).

Tabel 6. Rekapitulasi Regresi Linier Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.625	1.210		7.125	.000
	Kualitas Pelayanan	.253	.016	.851	16.010	.000

Sumber: Hasil Penelitian, 2024.

Bersumber pada angka konstanta maupun angka koefisien dalam variabel bebas ini diperoleh persamaan regresi berikut:

$$Y = 8,625 + 0,253X$$

Angka konstanta sebanyak 8,625 mempunyai artian jika kualitas pelayanan ditiadakan, dengan angka nilai sebanyak 8,625 kepuasan pelanggan. Jika nilai kualitas pelayanan ditingkatkan, maka kepuasan pelanggan juga pula bisa mengalami tingkatan dikarenakan nilai variabel bebas dinyatakan positif. Angka koefisien regresi kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan sebanyak 0,253 mempunyai artian jika kualitas pelayanan dengan naiknya angka sebanyak satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan juga bertambah sebanyak 0,253. Koefisien regresi tersebut memberi nilai positif dengan mempunyai arti kualitas pelayanan maupun kepuasan pelanggan terhubung secara searah. Kualitas pelayanan yang ditingkatkan maka bisa pula berakibat pada kepuasan pelanggan juga akan meningkat.

Tabel 7. Rekapitulasi Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.625	1.210		7.125	.000
	Kualitas Pelayanan	.253	.016	.851	16.010	.000

Sumber: Hasil Penelitian, 2024.

Melalui pengujian t yang dihasilkan di atas jika angka thitung Kualitas Pelayanan (X) sebanyak 16,010 serta angka signifikansi sebanyak 0,000 yaitu kurang dari α ($0,00 < 0,05$) serta angka signifikansi sebanyak 0,000 yaitu kurang dari α ($0,00 < 0,05$). Maka bisa disimpulkan jika H_0 mengalami penolakan serta H_a bisa diterima. Hal tersebut menghasilkan jika kualitas pelayanan benar mempengaruhi secara signifikan pada kepuasan pelanggan The Laguna Bali.

Tabel 8. Rekapitulasi Uji Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.851 ^a	.723	.721	1.79263

Sumber: Hasil Penelitian, 2024.

Melalui pengujian pada Tabel 8., dihasilkan jika angka R-square yang diperoleh ialah sebanyak 0,723 maka berarti variabel dependen ini mampu memperjelas dengan variabel independen sebanyak 72,3% ($0,723 \times 100\%$) serta sisanya sebanyak 27,7% ($100\% - 72,3\%$) dipaparkan oleh aspek yang tidak dipergunakan pada riset ini. Melalui teori oleh (Ghozali, 2018) yang menyatakan jika angka interval koefisien determinasi diantara 60% – 79,9%, maka koefisien determinasi dinyatakan mempunyai kekuatan.

PEMBAHASAN

Bersumber pada pengujian yang sudah dilaksanakan diatas menghasilkan jika kualitas pelayanan mempengaruhi secara signifikan pada kepuasan pelanggan dengan angka nilai thitung $>$ ttabel yakni $16,010 > 1,661$ serta angka nilai signifikansi $< \alpha$ yakni $0,000 < 0,05$. Selain itu angka koefisien regresi kualitas pelayanan dengan hasil 0,253 dengan memberi hasil jika kualitas pelayanan mempengaruhi secara positif maupun signifikan pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan juga memberi kekuatan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dilihat dari pengujian koefisien determinasi menghasilkan jika kualitas pelayanan berkontribusi sebanyak 72,3% pada kepuasan pelanggan serta sisanya sebanyak 27,7% terpengaruh oleh aspek lainnya yang belum dipergunakan pada riset ini. Selain itu variabel lain yang bisa mempengaruhi menurut (Indrasari, 2019) yaitu seperti kualitas produk, emosional, harga, maupun biaya.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Bersumber pada pengujian yang sudah dilaksanakan diatas menghasilkan jika kualitas pelayanan mempengaruhi secara signifikan pada kepuasan pelanggan dengan angka nilai thitung $>$ ttabel yakni $16,010 > 1,661$ serta angka nilai signifikansi $< \alpha$ yakni $0,000 < 0,05$. Kualitas pelayanan juga memberi kekuatan pengaruh padaa kepuasan pelanggan, yang dilihat dari pengujian koefisien determinasi menghasilkan jika kualitas pelayanan berkontribusi sebanyak 72,3% pada kepuasan pelanggan serta sisanya sebanyak 27,7% terpengaruh oleh aspek lainnya yang belum dipergunakan pada riset ini. Bagi pihak The Laguna, a Luxury Collection Resort & Spa, Nusa Dua, Bali disarankan agar selalu mempertahankan maupun meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara pemberian pelatihan bagi para karyawan guna menjaga kepuasan pada para pelanggan. Jika kualitas pelayanan yang diterapkan baik maka mempengaruhi pada kepuasan pelanggan, maka dri itu dengan adanya evaluasi secara berkala oleh manajemen diperlukan guna meningkatkan mutu pelayanan serta membuat para pelanggan bersedia agar kembali datang ataupun menginap di masa yang akan datang.

PENELITIAN LANJUTAN

Bagi para peneliti selanjutnya disarankan agar meneliti aspek ataupun variabel lainnya yang terpengaruh pada kepuasan pelanggan, seperti kualitas produk, emosional, harga, maupun biaya serta lainnya, dengan mempunyai pengaruh yang sebanyak 27,7% dari hasil riset yang telah dilaksanakan ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis panjatkan syukur kepada Tuhan Yang Masa Esa dikarenakan atas berkat maupun rahmat-Nya, yang memberikan penulis kekuatan sehingga dapat terselesaikannya studi ini dengan baik. Penulis tentunya juga tidak lupa mengucapkan terima kasih bagi para dosen bimbingan dengan senantiasa memberikan waktu, fisik, arahan maupun sebuah saran yang sangat berguna bagi penulis selama studi ini dilaksanakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2018). *Processing Data penelitian Menggunakan SPSS*. E-Book, 1, 154.
- Indrajaya Taip. (2019). Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada the Bagong Adventure - Museum Tubuh Kota Batu. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, Vol 8 No 1. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6288>
- Indrasari, Dr. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan (Pertama)*. Unitomo Press.
- Kawatak, S. Y., Samuel, O. W., & Soputan, M. (2023). Persepsi Kepuasan Tamu Terhadap Kualitas Pelayanan Paradise Hotel Golf and Resort Likupang. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 9(1), 1-8. <https://doi.org/10.9744/jmp.9.1.1-8>
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, (Terjemahan Ancella Anitawati Hermawan). Jilid II. Edisi 9. Prehallindo, Jakarta.
- Lubis, M. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 1(2), 77-85. <https://doi.org/10.31846/jae.v1i2.46>
- Mamesah, P. R. E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Horison Kendari. 1(1), 46-52. <https://doi.org/10.52423/bujab.v1i2.9562>
- Nasution, N. (2015). *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service, Balancing Customer Perception and Expectations*, New York: Free Press.
- Rahayuningsih, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Ploso-Jombang. *Student Repository*, July 2018, 1-12.
- Rohman, M. L. N., & Suji'ah, U. (2021). Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan Rumah Makan Griya Dahar Mbok Sum. 5(2), 64-76.
- Saputra, S., & Yulistianis, S. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel & Apartment. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 9(2), 21-31.

- Shyju, P. J., Singh, K., Kokkranikal, J., Bharadwaj, R., Rai, S., & Antony, J. (2021). Service Quality and Customer Satisfaction in Hospitality , Leisure , Sport and Tourism : An Assessment of Research in Web of Science. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 00(00), 1–27. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2021.2012735>
- Sugiyanto, E. K., & Kurniasari, F. (2020) Dimensi Kualitas Pelayanan sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel X Semarang). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 3(2), 112–125. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v3i2.5372>
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.