

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu di TAK Bali

Ni Kadek Erlina Arisyandewi¹, Ni Luh Gde Sri Sadjuni², Ni Desak Made Santi Diwyarthi³

¹Politeknik Pariwisata Bali, Nusa Dua Bali dan erlinakadek22@gmail.com

²Politeknik Pariwisata Bali, Nusa Dua Bali dan sad@ppb.ac.id

³Politeknik Pariwisata Bali, Nusa Dua Bali dan santidiwyarthi@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan staf reservasi terhadap kepuasan tamu di TAK Bali. Kualitas pelayanan menjadi indikator utama dalam membentuk persepsi dan loyalitas pelanggan, khususnya di industri perhotelan berbintang lima. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan tamu hotel, kemudian dianalisis menggunakan uji regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 65,4%. Dimensi kualitas pelayanan yang paling menonjol adalah tangibles, sedangkan empathy dan responsiveness masih perlu ditingkatkan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan, khususnya pada aspek interpersonal, sangat penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu. Oleh karena itu, pelatihan soft skill secara berkelanjutan bagi staf reservasi direkomendasikan sebagai strategi peningkatan kualitas layanan.

Kata Kunci: Kepuasan, Kualitas, Pelayanan, Reservasi, TAK Bali

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of reservation staff service quality on guest satisfaction at TAK Bali. Service quality is a key indicator in shaping customer perception and loyalty, particularly in the five-star hospitality industry. The research employs a quantitative approach with descriptive and associative methods. Data were collected through questionnaires distributed to 100 hotel guests and analyzed using simple linear regression. The results show that service quality has a positive and significant effect on guest satisfaction, with a coefficient of determination (R^2) of 65.4%. The most prominent service quality dimension is tangibles, while empathy and responsiveness require further improvement. These findings indicate that enhancing service quality, particularly in interpersonal aspects, is essential to increasing guest satisfaction and loyalty. Therefore, continuous soft skills training for reservation staff is recommended as a strategy to improve service excellence.

Keywords: Satisfaction, Quality, Service, Reservations, TAK Bali

PENDAHULUAN

Industri perhotelan sangat bergantung pada kepuasan tamu untuk mempertahankan loyalitas dan citra positif. Di tengah persaingan ketat, kualitas pelayanan menjadi faktor kunci, terutama pada *reservation section* yang merupakan titik awal interaksi antara tamu dan hotel. Pelayanan di bagian ini tidak hanya mencerminkan profesionalitas hotel, tetapi juga membentuk ekspektasi awal tamu. Menurut Fatimah et al. (2021), kualitas layanan resepsionis, termasuk reservasi, sangat memengaruhi kepuasan pelanggan terutama pada aspek *reliability* dan *responsiveness*. Kotler & Keller (dalam Putri, 2024) menyatakan bahwa kepuasan timbul saat pelayanan memenuhi atau melebihi ekspektasi tamu. SERVQUAL oleh Parasuraman dkk. menjadi alat ukur utama untuk menilai kualitas layanan berdasarkan lima dimensi: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Kasus di TAK Bali menunjukkan adanya fluktuasi jumlah pemesanan kamar pada tahun 2024, dengan penurunan tajam di bulan Februari dan Juli. Meskipun faktor eksternal mungkin

berperan, kualitas pelayanan reservasi berpotensi menjadi penyebab, mengingat bagian ini memengaruhi keputusan awal tamu. Data internal menunjukkan kebutuhan akan evaluasi layanan untuk menjaga stabilitas permintaan. Penelitian terdahulu (Erlika et al., 2022; Pradipta et al., 2023) menekankan pentingnya reservation section dalam membentuk kepuasan. Namun, Verdiana (2022) menunjukkan bahwa pelayanan hanya menyumbang sebagian dari kepuasan, dan Diah & Erlika (2022) menyoroti perbedaan ekspektasi tamu antara pemesanan langsung dan melalui OTA. Hal ini menunjukkan pentingnya analisis yang lebih spesifik dalam konteks hotel bintang lima. Permasalahan yang diangkat adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan pada *reservation section* terhadap kepuasan tamu di TAK Bali? Penelitian ini terbatas pada analisis pengaruh pelayanan staf *reservation section* terhadap kepuasan tamu, mencakup kecepatan, ketepatan informasi, komunikasi, dan penanganan permintaan sebelum menginap. Aspek di luar reservasi seperti fasilitas hotel dan pengalaman inap tidak dibahas, karena sistem dan infrastruktur telah memadai. Fokus penelitian ditujukan untuk menilai kontribusi staf reservasi dalam membentuk kepuasan awal tamu.

LANDASAN TEORI

Kualitas pelayanan mencerminkan sejauh mana layanan memenuhi harapan pelanggan. Tjiptono (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dipengaruhi oleh *expected service* dan *perceived service*. Pelayanan yang unggul mampu menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui kecepatan, ketepatan, keramahan, serta responsivitas terhadap keluhan (Subawa & Sulistyawati, 2020). Indikator Kualitas Pelayanan. Model SERVQUAL (Parasuraman et al.) digunakan untuk menilai kualitas pelayanan dengan lima dimensi utama mencakup *Tangibles* – penampilan fisik fasilitas dan staf, *Reliability* – kemampuan memenuhi janji layanan, *Responsiveness* – kesigapan dalam merespons tamu, *Assurance* – pengetahuan dan sikap percaya diri staf, *Empathy* – perhatian personal terhadap kebutuhan tamu.

Menurut Kotler & Keller (dalam Sesaria, 2020), kepuasan adalah hasil evaluasi antara harapan dan pengalaman aktual. Jika kinerja melebihi harapan, maka tamu merasa sangat puas. Kepuasan juga menjadi dasar terbentuknya loyalitas dan kepercayaan tamu terhadap hotel (Riyanto & Tunjungsari, 2020). Menurut Indrasari (2019), tiga indikator utama kepuasan tamu adalah: Kesesuaian harapan – kesamaan antara harapan dan pengalaman, Minat kembali – niat tamu untuk menginap lagi, dan Rekomendasi – kesediaan tamu untuk merekomendasikan hotel.

Reservation Section. Bagian reservasi memiliki peran penting dalam proses pemesanan kamar, menciptakan kesan pertama tamu, dan mendukung koordinasi dengan departemen lain. Kinerja bagian ini memengaruhi kepuasan dan pendapatan hotel (Selamet & Sumadi, 2021). Strategi pelayanan, komunikasi yang baik, dan penggunaan teknologi reservasi turut mendukung efektivitas kerja reservasi (Agustina, 2015; DeMers, 2024). Sumber-Sumber Reservasi. Sumber pemesanan kamar mencakup perusahaan, biro perjalanan (FIT/GIT), maskapai, pemerintah, perwakilan hotel, tamu langsung, penyewaan mobil, sistem reservasi terpusat (CRS), reservasi individu, dan agen penjualan lintas.

Sumber-sumber ini memengaruhi tingkat hunian dan strategi operasional hotel (Suwithi, 2008).

Mengacu pada Sugiyono (2010), kerangka pemikiran menjelaskan hubungan antara variabel dalam penelitian. Dalam konteks ini, variabel independen adalah kualitas pelayanan pada Reservation Section, sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan tamu. Paradigma ini menjadi dasar untuk menganalisis pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama dalam membentuk kepuasan tamu, khususnya pada tahap awal seperti reservasi. Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 76 responden, pelayanan Reservation Section di TAK Bali umumnya dinilai *baik*. Tamu mengapresiasi tampilan staf yang rapi, fasilitas modern, serta area reservasi yang bersih, mencerminkan citra hotel bintang lima. Namun, beberapa tamu menyoroti kurangnya empati staf dalam menghadapi kebutuhan khusus, seperti tamu lansia atau berkebutuhan khusus. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan soft skill staf, terutama dalam membangun komunikasi dan pendekatan personal, guna menjaga reputasi layanan mewah hotel.

Secara umum, tingkat kepuasan tamu berada pada kategori *baik*. Fasilitas hotel seperti kamar, kelengkapan sarana, dan lingkungan dinilai sesuai harapan. Namun, terdapat kekurangan dalam konsistensi pelayanan antarstaf. Beberapa tamu merasakan kurangnya keramahan dan responsivitas staf, terutama saat menangani permintaan khusus. Ketidaksesuaian ini menimbulkan keraguan tamu untuk merekomendasikan hotel, yang berdampak pada loyalitas jangka panjang. Oleh karena itu, penguatan kompetensi interpersonal staf, khususnya front liner seperti reservation dan guest service, menjadi prioritas untuk meningkatkan kepuasan dan menciptakan pengalaman menginap yang berkesan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel reward terhadap loyalitas karyawan. dilakukan untuk memastikan kelayakan data sebelum analisis regresi dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validasi Instrumen

Uji validitas dilakukan untuk memastikan kelayakan kuesioner. Dengan jumlah responden 76, derajat kebebasan (df) = 74. Pada taraf signifikansi 0,05, nilai r_{tabel} berdasarkan distribusi r adalah 0,1901. Instrumen dinyatakan *valid* jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (Sugiyono, 2013).

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas. Uji validitas menunjukkan bahwa seluruh 20 item kuesioner valid, dengan nilai koefisien terkecil 0,385 dan tertinggi 0,899, melebihi batas r tabel 0,1901 (Arikunto, 2010: 384). Hal ini menandakan bahwa instrumen telah tepat dalam mengukur variabel yang diteliti.

Uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,931 untuk variabel Kualitas Pelayanan (X) dan 0,696 untuk Kepuasan Tamu (Y). Karena keduanya $> 0,60$, maka instrumen dinyatakan reliabel dan konsisten dalam pengukuran.

Hasil Analisis Deskriptif. Karakteristik Responden terkait usia: Mayoritas responden (55,26%) berusia 25–34 tahun, kelompok yang cenderung memiliki ekspektasi tinggi terhadap efisiensi dan layanan personal. Jenis Kelamin: Responden didominasi laki-laki (51,32%), yang cenderung menilai aspek kecepatan dan efisiensi layanan. Kewarganegaraan: Mayoritas berasal dari Indonesia (55,26%). Latar belakang budaya memengaruhi preferensi layanan, seperti keramahan dan fleksibilitas. Tujuan Menginap: Didominasi tujuan liburan (65,79%). Kelompok ini lebih sensitif terhadap pengalaman emosional dan kenyamanan. Frekuensi Menginap: 48,68% pernah menginap 2–3 kali, menandakan adanya kepuasan dan potensi loyalitas. Interaksi dengan Reservasi: Seluruh responden (100%) pernah berinteraksi dengan staf reservasi. Interaksi awal ini sangat berpengaruh terhadap kesan dan kepuasan tamu. Saluran Reservasi: Mayoritas menggunakan situs resmi hotel (50%), diikuti agen perjalanan (26,32%) dan kontak langsung (23,68%). Saluran ini memengaruhi persepsi transparansi dan kepuasan.

Rekapitulasi Hasil Kuesioner. Penilaian menggunakan skala 1–5, dikategorikan sebagai berikut (Husein, 2011): 1,00–1,80 = Sangat Tidak Baik, 1,81–2,60 = Tidak Baik, 2,61–3,40 = Cukup Baik, 3,41–4,20 = Baik, 4,21–5,00 = Sangat Baik. Analisis menunjukkan bahwa skor rata-rata responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Tamu berada pada kategori baik, mencerminkan persepsi positif terhadap layanan TAK Bali.

Rata-rata tertinggi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X) yaitu pada pernyataan ke-2 sebesar 4,78 yaitu "Peralatan yang digunakan di TAK Bali terlihat modern." kemudian disusul dengan rata-rata tertinggi selanjutnya yaitu pada pernyataan ke-3 sebesar 4,75 yaitu "Fasilitas di TAK Bali bersih dan tertata dengan baik.". Hal ini menunjukkan bahwa dari sisi tampilan fisik dan fasilitas pendukung, hotel ini berhasil memberikan kesan profesional dan mewah kepada para tamu. Keadaan fasilitas yang modern dan terawat mencerminkan adanya investasi dalam menciptakan pengalaman yang nyaman sejak awal proses reservasi hingga tamu datang ke lokasi.

Sedangkan rata-rata terendah yaitu pada pernyataan ke-11 sebesar 3,49 yaitu "Staf reservasi memperlakukan tamu dengan ramah dan hormat." kemudian disusul dengan rata-rata terendah selanjutnya yaitu pada pernyataan ke-12 sebesar 3,5 yaitu "Staf reservasi benar-benar memprioritaskan kebutuhan tamu dan berupaya memahami preferensi mereka.". Ada kelemahan dalam aspek pelayanan personal dan empati staf. Berdasarkan tangkapan layar ulasan tamu, keluhan yang berulang muncul terkait kurangnya empati, sikap staf yang terkesan arogan, serta ketidaksensitifan terhadap kebutuhan tamu, khususnya yang berkebutuhan khusus atau lansia. Tamu bernama Mr/s. Hang10CA menyampaikan ketidakpuasan karena permintaan perpanjangan waktu check-out untuk orang tuanya tidak dikabulkan, bahkan barang-barang mereka dipindahkan tanpa izin.

Rata-rata nilai dari variabel Kualitas Pelayanan (X) secara keseluruhan sebesar 3,96 berarti Kualitas Pelayanan Di TAK Bali berada pada interval 3,41 – 4,20 dengan kategori baik. Secara umum, kualitas pelayanan pada *Reservation Section* dinilai baik dalam hal fasilitas dan prosedur, namun kurang dalam hal interaksi personal dan empati staf. Ketidakkonsistenan dalam penerapan standar pelayanan serta kurangnya pelatihan dalam aspek *soft skill* menyebabkan beberapa pengalaman tamu menjadi negatif, yang akhirnya menurunkan persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan.

Rata-rata terendah untuk pernyataan variabel Kepuasan Tamu (Y) sebesar 3,04 terdapat pada pernyataan ke-3 yaitu "Saya berminat untuk kembali karena pelayanan yang diberikan oleh staf memuaskan.", selanjutnya pernyataan dengan rata-rata terendah selanjutnya adalah pernyataan ke-1 sebesar 3,17 yaitu "Pelayanan yang diberikan oleh TAK Bali sesuai atau melebihi harapan saya.". Hal ini memperlihatkan bahwa meskipun fasilitas sangat memuaskan, pelayanan staf belum mampu memberikan pengalaman yang berkesan bagi seluruh tamu. Beberapa tamu menyampaikan bahwa keramahan dan responsivitas staf masih belum merata. Tamu bernama Mr/s. Sergei I mengeluhkan suasana hotel yang terlalu ramai dan staf yang dinilai sombong serta tidak ramah, menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi dan realitas pelayanan.

Sedangkan rata-rata tertinggi pada pernyataan ke-2 dengan nilai rata-rata 3,92 yaitu "Fasilitas yang saya terima di The Apurva Kempinski Bali sesuai atau melebihi harapan saya.", kemudian pernyataan dengan rata-rata tertinggi selanjutnya adalah pernyataan ke-5 dengan nilai rata-rata 3,91 yaitu "Saya berminat untuk kembali karena fasilitas yang tersedia memadai.". Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas fisik yang ditawarkan oleh hotel, seperti kamar, restoran, dan area publik lainnya berhasil memenuhi bahkan melampaui ekspektasi sebagian besar tamu. Kesan mewah dan eksklusif dari lingkungan fisik hotel menjadi faktor penarik utama yang mendukung kepuasan tamu dari sisi infrastruktur.

Rata-rata nilai dari variabel Kepuasan Tamu (Y) secara keseluruhan sebesar 3,45 berarti Kepuasan Tamu secara keseluruhan Di TAK Bali berada pada interval 3,41 - 4,20 dengan kategori baik. Kepuasan tamu di TAK Bali sangat dipengaruhi oleh kualitas fasilitas, namun mengalami penurunan karena kurangnya konsistensi dalam pelayanan staf. Ketidakpuasan terhadap layanan personal membuat sebagian tamu ragu untuk kembali, walaupun mereka mengakui keunggulan dari sisi fasilitas hotel. Hal ini menegaskan pentingnya peningkatan pelayanan interpersonal dalam membangun loyalitas tamu secara berkelanjutan.

Nilai signifikansi *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,067 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov-smirnov* diatas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Data berdistribusi normal artinya data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat normal yang dilihat sebaran data pada masing-masing variabel tidak memiliki perbedaan nilai yang signifikan, sehingga penelitian ini memenuhi asumsi normalitas dan dapat dilanjutkan uji berikutnya.

Uji Heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu ke pengamatan yang lainnya. Jika *variance* dari residual satu ke pengamat lain tetap maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas menggunakan uji *glejser* dengan ketentuan nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heterokedastisitas dalam model regresi, begitu pula sebaliknya. dari nilai signifikansi (Sig.) menunjukkan bahwa semua data memiliki nilai signifikan diatas 0,05 yaitu 0,104 untuk Kualitas Pelayanan, maka hal ini sejalan dengan syarat uji heterokedastisitas yaitu penelitian ini terbebas dari gejala heterokedastisitas.

Rata-rata nilai kualitas pelayanan sebesar 3,96 berada dalam kategori baik. Nilai tertinggi terdapat pada aspek fasilitas modern dan bersih, sementara nilai terendah pada sikap ramah dan empati staf reservasi. Artinya, kualitas pelayanan dari sisi fisik memuaskan, namun interaksi personal staf perlu ditingkatkan. Kurangnya pelatihan *soft skill* menyebabkan inkonsistensi layanan, berdampak pada persepsi tamu. Studi (Dewi et al., 2022) mendukung temuan bahwa dimensi

tangibles paling unggul, sedangkan empathy dan responsiveness masih lemah. Pelatihan berkelanjutan dan quality assurance sangat penting untuk meningkatkan kualitas interpersonal.

Nilai rata-rata kepuasan tamu sebesar 3,45 juga berada pada kategori **baik**. Skor tertinggi pada aspek fasilitas, terendah pada niat kembali karena pelayanan staf. Artinya, fasilitas memadai, tetapi pengalaman pelayanan kurang konsisten. Kekurangan pada aspek keramahan dan responsivitas staf menghambat loyalitas tamu. (Studi Kim & Kim, 2022; Singgalen et al., 2024) menekankan pentingnya pelayanan personal selain fasilitas fisik. Penguatan keterampilan interpersonal dan pelatihan empati diperlukan untuk menciptakan pengalaman tamu yang berkesan.

Hasil uji t menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu ($t_{hitung} 11,835 > t_{tabel} 1,665$; sig. $0,000 < 0,05$). Nilai R^2 sebesar 65,4% menunjukkan kontribusi kuat variabel X terhadap Y. Sisanya, 34,6%, dipengaruhi faktor lain seperti harga, lokasi, kebersihan, dan pengalaman pelanggan. Penelitian ini didukung oleh studi-studi sebelumnya (Dina Suli, Dwi Tias, Rufinus, dll.), yang menyatakan bahwa peningkatan kualitas pelayanan berbanding lurus dengan peningkatan kepuasan tamu.

KESIMPULAN

Kualitas pelayanan staf reservasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu di TAK Bali, dengan kontribusi sebesar 65,4%. Hal ini memperlihatkan semakin baik kualitas layanan, semakin tinggi kepuasan tamu.

Saran bagi manajemen hotel adalah, tingkatkan empati dan komunikasi staf melalui pelatihan *soft skill* yang berkelanjutan untuk mengatasi kelemahan pada aspek layanan personal. Kembangkan SOP berbasis kebutuhan pelanggan, terutama untuk kelompok rentan seperti lansia dan penyandang disabilitas. Pendekatan inklusif ini akan mempersempit kesenjangan antara ekspektasi dan realitas pelayanan.

REFERENSI

- Agustina, S. T. (2015). *Strategi Pelayanan oleh Reservation Section dalam Meningkatkan Kepuasan Tamu di Hotel Aziza Surakarta*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ali, A. S. M., Chik, C. T., Sulaiman, S., Wan Salman, W. A. N., & Shahril, A. (2020). Measuring tourist satisfaction and revisit intention using LODGSERV in boutique hotel. *EPRA International Journal of Economic and Business Review*, 8(2), 16–25. <https://doi.org/10.36713/epbra3037>
- Amran. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Resepsionis terhadap Kepuasan Tamu di Amanjiwo Resort Magelang*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Boto-García, D., Escalonilla, M., Zapico, E., & Baños, J. F. (2021). Scale heterogeneity in hotel guests' satisfaction relative to room rates. *Applied Economic Analysis*, 29(87), 208–225. <https://doi.org/10.1108/AEA-07-2020-0093>
- Cahyaningrum, S., Saputra, I. R., & Aprilria, K. T. (2024). Optimizing quality assurance and service quality staff in improving guest satisfaction at Hotel in Yogyakarta. *Journal of Rural Tourism*, 2(2), 87–93. <https://doi.org/10.70310/jrt.2024.02021215>
- Chen, Y.-L., Chen, J., Liu, W.-Y., & Sharma, T. (2020). Expected benefits of people interactions and guest experiences. *International Hospitality Review*, 34(2), 187–202. <https://doi.org/10.1108/IHR-04-2020-0010>
- Davrin, D. N., & Hidayat, A. M. (2021). Pengaruh layanan reservasi tiket online terhadap kepuasan pelanggan: Studi kasus PT Kereta Api Indonesia. *e-Proceeding of Management*, 8(5), 6280–6290. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id>

- DeMers, L. (2024). *Benefits of Hotel Reservation Systems for Hospitality Businesses*. Retrieved from <https://www.example.com/hotel-reservation-benefits>
- Dewi, N. L. G. A., Sutarma, I. G. P., Utama, I. K., & Ernawati, N. M. (2022). Analysis of Service Quality of Front Office Staff in Increasing Guest Satisfaction. *International Journal of Glocal Tourism*, 3(3), 191–203. <https://ejournal.catuspata.com/index.php/injogt>
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS (Edisi 7)*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husein, Umar. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis (Edisi 11)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Indrasari, M. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Juliana, J., Hubner, I. B., Sitorus, N. B., Pramono, R., & Pramezwary, A. (2021). The influence of hotel customer demographics differences on customer perceptions. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 10(3), 863–880. <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720-137>
- Kim, Y.-J., & Kim, H.-S. (2022). The impact of hotel customer experience on customer satisfaction through online reviews. *Sustainability*, 14(2), 848. <https://doi.org/10.3390/su14020848>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Martin, J. C., Rudchenko, V., & Sánchez-Rebull, M.-V. (2020). The role of nationality and hotel class on guests' satisfaction: A fuzzy-TOPSIS approach applied in Saint Petersburg. *Administrative Sciences*, 10(3), 68. <https://doi.org/10.3390/admsci10030068>
- Nugrahani, R. A., et al. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Hotel di Uluwatu*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Prasastono, A., et al. (2020). *Kualitas Pelayanan Banquet Section dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Tamu di The Wujil Resort & Convention*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Putra, I. M. Y., et al. (2023). *Evaluasi Kualitas Pelayanan Hotel Mandapa A Ritz-Carlton Reserve Ubud*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Putri, A. D. (2024). *Analisis Gap Kualitas Layanan pada Hotel Bintang Empat di Jakarta*. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Rianti, N. D. (2023). *Kualitas Pelayanan Hotel dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Rosyid, A. R., & Mukti, H. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Concierge Terhadap Kepuasan Tamu di Grand Edge Hotel*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Rufinus, S. (2022). Penerapan kualitas pelayanan pada front office department untuk meningkatkan kepuasan tamu di Lombok Plaza Hotel & Convention. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 5(1), 77–85.
- Sari, I. F. K., Mataram, I. G. A. B., Antara, D. M. S., & Murni, N. G. N. S. (2021). Analysis of service quality towards repeater guest satisfaction at The Samaya Seminyak. *International Journal of Green Tourism Research and Applications*, 3(1), 15–20. <http://dx.doi.org/10.31940/ijogtra.v3i1.2026>
- Sedana, I. G. A. M., et al. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Wisatawan di Puri Sabina Bed & Breakfast*. Denpasar: STPBI.
- Selamet, I. W. A., & Sumadi, I. G. (2021). *Peran Reservation Section dalam Peningkatan Pendapatan Hotel Tijili Seminyak*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Sesaria, D. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Padang*. Skripsi. Universitas Negeri Padang.
- Singgalen, Y. A. (2024). Hotel customer satisfaction: A comprehensive analysis of perceived cleanliness, location, service, and value. *Journal of Business and Economics Research*, 5(3), 352–369. <https://doi.org/10.47065/jbe.v5i3.6016>
- Sosianika, A., Setiawati, L., Wibisono, N., Kusdibyoy, L., Suhartanto, D., Februadi, A., & Elliott-White, M. (2021). The effect of hotel service satisfaction on loyalty: The role of gender. *Journal of Marketing Innovation*, 1(1), 18–29. <https://doi.org/10.35313/jmi.v1i01.11>
- Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 718–736. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i02.p16>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Edisi ke-19)*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suli, D. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan room attendant terhadap kepuasan tamu di Toraja Misiliana Hotel*. Skripsi. Politeknik Negeri Manado.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Surdi, R. (2022). *Penerapan kualitas pelayanan pada front office department untuk meningkatkan kepuasan tamu di Lombok Plaza Hotel & Convention*. Skripsi. Politeknik Negeri Bali.
- Susriyanti. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Pangeran Beach Padang*. Padang: Politeknik Negeri Padang.
- Suwithi, N. W. (2008). *Akomodasi Perhotelan Jilid 1*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Menengah Kejuruan.
- Teng, Y.-M., Wu, K.-S., & Chou, C.-Y. (2020). Price or convenience: What is more important for online and offline bookings? A study of a five-star resort hotel in Taiwan. *Sustainability*, 12(10), 3972. <https://doi.org/10.3390/su12103972>
- Tias Anugrah, D. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan receptionist terhadap kepuasan tamu pada saat check-in dan check-out di Hotel Mercure Bengkulu*. Skripsi. Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran (4th ed.)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2021). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tosun, C., Dedeoğlu, B. B., & Usakli, A. (2024). The role of gender in shaping the destination service quality and its consequences. *International Journal of Tourism Research*, 26(4), e2701. <https://doi.org/10.1002/jtr.2701>
- Wang, Q.-C., Lou, Y.-N., Liu, X., Jin, X., Li, X., & Xu, Q. (2022). Determinants and mechanisms driving energy-saving behaviours of long-stay hotel guests: Comparison of leisure, business and extended-stay residential cases. *Energy Reports*, 9, 1354–1365. <https://doi.org/10.1016/j.egy.2022.12.051>
- Wąsowicz-Zaborek, E. (2025). National culture as a factor in visitors' evaluations of hotel services. *International Journal of Hospitality Management*, 125, 104009. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.104009>
- Widyaningsih, Y. (2014). *Strategi Penerimaan Reservasi di New Saphir Hotel Yogyakarta*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA.
- Yunila, F., Ermawati, K. C., & Akiriningsih, T. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan guest relation officer terhadap kepuasan tamu di Hotel JW Marriott Surabaya. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 16(1), 1–5.
- Zhang, J. (2022). Research on impact of economy hotel service quality on customer satisfaction and customer loyalty. *International Journal of Business Studies and Innovation*, 2(1), 31–38. <https://doi.org/10.35745/ijbsi2022v02.01.0003>