

Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Layanan dan Fasilitas di Hotel Berbintang Tiga Kota Semarang

Agung Riyanto¹, Alleta Dewi Maria TH², Henry Yuliamir³, Enik Rahayu⁴

1,2,3,4 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Jawa Tengah, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 21 March 2024

Received in revised form
27 March 2024

Accepted 21 April 2024

Available online 30 May
2024

Kata Kunci:

Kualitas Layanan; Fasilitas
Hotel; Kepuasan Pelanggan

ABSTRAK

Penelitian ini mengevaluasi pengaruh kualitas layanan dan fasilitas hotel terhadap kepuasan pelanggan di hotel berbintang tiga di Semarang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei terhadap 100 responden yang dipilih secara purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan regresi berganda menggunakan SPSS. Hasil menunjukkan bahwa kualitas layanan dan fasilitas hotel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien regresi untuk kualitas layanan adalah 0.161 (signifikansi 0.025) dan untuk fasilitas hotel adalah 0.373 (signifikansi 0.000). Kedua variabel ini menjelaskan 37.2% variasi dalam kepuasan pelanggan. Penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan dan fasilitas dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pengelola hotel berbintang tiga di Semarang disarankan untuk fokus pada peningkatan kualitas layanan dan pengembangan fasilitas untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Abstract

This research evaluates the influence of service quality and hotel facilities on customer satisfaction in three-star hotels in Semarang. The research used a quantitative approach with a survey of 100 respondents selected using purposive sampling. Data was collected through questionnaires and analyzed by multiple regression using SPSS. The results show that the quality of hotel services and facilities has a positive and significant effect on customer satisfaction. The regression coefficient for service quality is 0.161 (significance 0.025) and for hotel facilities is 0.373 (significance 0.000). These two variables explain 37.2% of the variation in customer satisfaction. This research confirms that improving the quality of services and facilities can increase customer satisfaction. Three-star hotel managers in Semarang are advised to focus on improving service quality and developing facilities to increase customer satisfaction and loyalty.

Keywords: Service Quality; Hotel facility; Customer satisfaction

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi di era globalisasi saat ini sangat pesat, terutama dengan semakin meluasnya penggunaan internet (Adriani 2019). Hal ini berdampak signifikan pada berbagai sektor, termasuk industri perhotelan. Teknologi informasi memudahkan hotel dalam berinteraksi dengan pelanggan, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperbaiki kualitas layanan yang diberikan (Cholis et al. 2023), (Suryadharma 2015).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas layanan, citra perusahaan, dan lokasi berperan penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen hotel (Atmanegara et al. 2019). Kualitas layanan yang baik akan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, yang kemudian dapat meningkatkan kepuasan. Citra perusahaan yang baik juga berkontribusi dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan (Rachmawati and Azis 2017). Lokasi hotel yang strategis memudahkan akses pelanggan, sehingga meningkatkan kenyamanan dan kepuasan (Sugiyanto and Kurniasari 2020). Fenomena saat ini menunjukkan bahwa banyak hotel berlomba-lomba meningkatkan kualitas layanan mereka untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Kualitas layanan yang baik diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas (Cholis et al. 2023).

¹ Corresponding author.

E-mail : agungriyantohrm@gmail.com, aletta.dewimaria@gmail.com, nakanoshinya72@gmail.com, enikrahayu79@gmail.com,

Selain itu, fasilitas hotel yang memadai dan sesuai dengan harapan pelanggan akan meningkatkan kenyamanan mereka selama menginap di hotel (Putri, Utomo, and Mar'ati 2021).

Namun, isu yang muncul adalah bahwa tidak semua hotel mampu memberikan layanan yang memuaskan. Hal ini terutama terjadi pada hotel-hotel berbintang tiga di kota Semarang, yang sering kali mengalami kesulitan dalam memenuhi harapan pelanggan. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara harapan pelanggan terhadap kualitas layanan dan kenyataan yang mereka terima di lapangan (Rachmawati and Azis 2017), (Sugiyanto and Kurniasari 2020). (Restuadhi, Farida, and Budiarmo 2015) juga menemukan bahwa hotel-hotel berbintang tiga di Semarang perlu melakukan perbaikan dalam aspek layanan dan fasilitas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kesenjangan ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan di hotel-hotel berbintang tiga di kota Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan di hotel berbintang tiga.

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh kualitas layanan dan fasilitas hotel terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengelola hotel dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperbaiki citra hotel mereka. Kualitas Layanan, (Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry 1998) yaitu Kemampuan hotel dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan tepat dan konsisten. Kesigapan dan kecepatan staf hotel dalam merespon permintaan dan keluhan pelanggan. Pengetahuan dan kesopanan staf hotel serta kemampuan mereka untuk menumbuhkan rasa percaya dan aman kepada pelanggan. Perhatian dan pelayanan yang personal yang diberikan oleh staf hotel kepada pelanggan. Kondisi fisik fasilitas hotel, termasuk kebersihan, kenyamanan, dan tampilan fisik. Tingkat keamanan yang diberikan hotel kepada pelanggan selama menginap. Reputasi hotel dan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Kejelasan dan efektivitas komunikasi antara staf hotel dan pelanggan. Kemudahan pelanggan dalam mengakses layanan dan fasilitas hotel. Sikap dan perilaku profesional staf hotel dalam melayani Pelanggan. Fasilitas Hotel, (Woen and Santoso 2021), Kondisi, kebersihan, dan kenyamanan kamar hotel. Kualitas makanan dan minuman serta layanan restoran. Kebersihan, keamanan, dan kenyamanan kolam renang. Ketersediaan dan kualitas peralatan di pusat kebugaran. Kualitas dan kecepatan layanan kamar. Ketersediaan dan keamanan area parkir. Kualitas dan kecepatan akses internet yang disediakan. Kualitas dan kelengkapan fasilitas untuk pertemuan dan acara. Kualitas layanan spa dan wellness yang ditawarkan. Kebersihan, kenyamanan, dan estetika area publik di hotel. Kepuasan Pelanggan, (Pujiastuti 2020), Tingkat kepuasan keseluruhan pelanggan terhadap hotel. Seberapa baik layanan dan fasilitas hotel sesuai dengan harapan pelanggan. Pengalaman keseluruhan pelanggan selama menginap di hotel. Keinginan pelanggan untuk kembali menginap di hotel. Kesiapan pelanggan untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain. Persepsi pelanggan mengenai nilai yang mereka terima dibandingkan dengan biaya yang mereka keluarkan. Tingkat kenyamanan yang dirasakan pelanggan selama menginap. Penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan yang mereka terima. Penilaian pelanggan terhadap kualitas fasilitas hotel. Jumlah dan dampak pengalaman negatif yang dialami selama menginap di hotel. Untuk mengukur setiap variabel dalam penelitian dengan menggunakan skala Likert, di mana responden akan memberikan penilaian pada setiap indikator berdasarkan pengalaman mereka.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif (Abdullah et al. 2017) untuk mengukur pengaruh kualitas layanan dan fasilitas hotel terhadap kepuasan pelanggan. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan data yang dapat diukur secara numerik dan dianalisis secara statistik, sehingga hasilnya dapat diinterpretasikan dengan lebih objektif (Sugiyono 2018). Desain penelitian yang digunakan adalah survei *cross-sectional*, di mana data dikumpulkan dari responden pada satu titik waktu. Metode survei dipilih karena efisien dalam mengumpulkan data dari sejumlah besar responden dalam waktu yang relatif singkat.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan hotel berbintang tiga di kota Semarang. Sampel penelitian diambil secara purposive sampling dengan kriteria pelanggan yang telah menginap

minimal satu malam di hotel berbintang tiga dalam enam bulan terakhir. Jumlah sampel yang diambil adalah 100 pelanggan.

Tabel 1.1

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	58	58
2	Perempuan	42	42
Jumlah		100	100

Sumber: diolah peneliti 2023

Tabel 1.2

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1	≤ 20 tahun	12	12
2	21-30 tahun	34	34
3	31-40 tahun	28	28
4	≥ 41 tahun	26	26
Jumlah		100	100

Sumber: diolah peneliti 2023

Sumber Data

Data Primer, data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner. Data Sekunder, data yang diperoleh dari literatur terkait, laporan hotel, dan artikel penelitian sebelumnya yang relevan. Data diolah menggunakan perangkat lunak SPSS. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui karakteristik responden. Berikut adalah tahapan dalam melakukan analisis.

1. Menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen (kualitas layanan dan fasilitas) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan).
2. Hasil analisis diinterpretasikan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis yang diajukan.

Dengan demikian, diharapkan metode penelitian yang digunakan dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, serta memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di hotel berbintang tiga di kota Semarang.

Hasil dan Pembahasan

Tingkat kepuasan keseluruhan pelanggan terhadap hotel. Seberapa baik layanan dan fasilitas hotel sesuai dengan harapan pelanggan. Pengalaman keseluruhan pelanggan selama menginap di hotel. Keinginan pelanggan untuk kembali menginap di hotel. Kesiapan pelanggan untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain. Hasil analisis data yang telah dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS, didapatkan beberapa temuan penting sebagai berikut.

Tabel 1.3

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.610 ^a	.372	.359	2.45020

a. Predictors: (Constant), x2, x1

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai R² sebesar 0,610 atau persentase sebesar 61%. Dengan demikian maka peningkatan kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, dan fasilitas hotel.

Table 1.4
Uji Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	344.572	2	172.286	28.698	.000 ^a
	Residual	582.338	97	6.003		
	Total	926.910	99			

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa F_{hitung} 28.698 dengan signifikan $0.000 < 0,005$ artinya variabel kualitas pelayan (X1), fasilitas Hotel (X2), dan merupakan model persamaan yang baik untuk mempengaruhi peningkatan kepuasan pelanggan (Y). Hasil uji model F-test diatas menunjukkan bahwa dikatakan baik. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan dan fasilitas hotel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Table 1.5
Analisis Regresi Linier

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	19.074	2.631		7.250	.000
	x1	.161	.071	.210	2.278	.025
	x2	.373	.072	.478	5.181	.000

Berdasarkan tabel diatas, analisis regresi linier berganda dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Koefisien regresi menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki nilai beta sebesar positif 0.210. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Kualitas pelayanan, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.
- Koefisien regresi menunjukkan bahwa fasilitas hotel memiliki nilai beta sebesar positif 0.478. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik fasilitas hotel, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.

Tabel 1.6
Uji Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items		Standar α	Keterangan
Kualitas Pelayan (X ₁)	0,728	0,795	0,60	Reliabel
Fasilitas Hotel (X ₂)	0,732	0,800	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,706	0,728	0,60	Reliabel

Data primer; diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa semua variabel mempunyai nilai *Alpha Cronbach* $> 0,60$ sehingga dapat dikatakan bahwa semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel dan layak digunakan untuk penelitian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh kualitas layanan dan fasilitas hotel terhadap kepuasan pelanggan di hotel berbintang tiga di kota Semarang. Berikut hasil pembahasan Kualitas Layanan dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas layanan merupakan salah satu variabel independen yang diuji dalam penelitian ini. Variabel ini mencakup berbagai aspek seperti kecepatan pelayanan, keramahan staf, keandalan dalam memenuhi permintaan pelanggan, dan profesionalisme staf hotel. Dari hasil analisis regresi, diperoleh koefisien regresi untuk kualitas layanan sebesar 0.161 dengan nilai signifikansi 0.025.

Nilai koefisien regresi positif sebesar 0.161 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.161 unit, dengan asumsi faktor lain konstan. Nilai signifikansi sebesar 0.025, yang lebih kecil dari 0.05, mengindikasikan bahwa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan secara statistik. Artinya, ada cukup bukti untuk menyatakan bahwa peningkatan kualitas layanan akan berdampak positif pada kepuasan pelanggan.

Fasilitas Hotel dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan. Fasilitas hotel merupakan variabel independen kedua yang dievaluasi dalam penelitian ini. Fasilitas yang dimaksud mencakup berbagai aspek seperti kebersihan, kenyamanan kamar, kelengkapan fasilitas umum (seperti kolam

renang, gym, dan restoran), serta kondisi dan kualitas infrastruktur hotel. Dari hasil analisis regresi, diperoleh koefisien regresi untuk fasilitas hotel sebesar 0.373 dengan nilai signifikansi 0.000. Nilai koefisien regresi positif sebesar 0.373 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam kualitas fasilitas hotel akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.373 unit, dengan asumsi faktor lain konstan. Nilai signifikansi sebesar 0.000, yang jauh lebih kecil dari 0.05, mengindikasikan bahwa pengaruh fasilitas hotel terhadap kepuasan pelanggan sangat signifikan secara statistik. Ini berarti peningkatan kualitas fasilitas hotel akan secara nyata meningkatkan kepuasan pelanggan.

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen (kualitas layanan dan fasilitas hotel) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0.372, yang berarti bahwa 37.2% variasi dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas layanan dan fasilitas hotel. Nilai Adjusted R Square sebesar 0.359 menunjukkan bahwa model ini cukup baik dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen, meskipun ada variabel lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan yang tidak termasuk dalam model ini. Nilai F sebesar 28.698 dengan signifikansi 0.000 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan secara keseluruhan adalah signifikan, artinya ada hubungan yang kuat antara variabel independen (kualitas layanan dan fasilitas hotel) dengan variabel dependen (kepuasan pelanggan).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas hotel, secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi yang positif dan nilai signifikansi yang kurang dari 0.05. Secara khusus, fasilitas hotel memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan kualitas pelayanan, yang ditunjukkan oleh nilai beta yang lebih tinggi pada fasilitas hotel (0.478) dibandingkan kualitas pelayanan (0.210).

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan pentingnya kualitas layanan dan fasilitas hotel dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan (Atmanegara et al. 2019), (Putri et al. 2021). Kualitas layanan yang baik mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan (Rachmawati and Azis 2017). Begitu pula, fasilitas hotel yang memadai dan sesuai dengan harapan pelanggan sangat berkontribusi terhadap kenyamanan dan kepuasan selama menginap (Woen and Santoso 2021).

Penelitian ini menegaskan bahwa selain kualitas layanan, fasilitas hotel juga memegang peranan penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan bahwa pengelola hotel harus memperhatikan kedua aspek ini secara bersamaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dari perspektif teoritis, penelitian ini memperkuat konsep bahwa kombinasi kualitas layanan dan fasilitas yang baik dapat menciptakan nilai yang lebih besar bagi pelanggan, sehingga meningkatkan loyalitas mereka.

Bagi pengelola hotel berbintang tiga di kota Semarang, hasil penelitian ini memberikan wawasan penting untuk perbaikan layanan dan fasilitas. Pengelola hotel perlu fokus pada peningkatan kualitas layanan yang konsisten dan pengembangan fasilitas yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Dengan demikian, hotel dapat meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada citra dan keberhasilan bisnis hotel.

Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas layanan dan fasilitas hotel terhadap kepuasan pelanggan di hotel berbintang tiga di kota Semarang, dapat disimpulkan bahwa pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0.161 dan nilai signifikansi 0.025. Ini menunjukkan bahwa peningkatan dalam kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Pengaruh Fasilitas Hotel terhadap Kepuasan Pelanggan, Fasilitas hotel juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0.373 dan nilai signifikansi 0.000. Ini menunjukkan bahwa peningkatan dalam kualitas fasilitas hotel akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Nilai R Square sebesar 0.372 menunjukkan bahwa 37.2% variasi dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas layanan dan fasilitas hotel. Model regresi yang digunakan secara keseluruhan adalah signifikan, dengan nilai F sebesar 28.698 dan signifikansi 0.000. Dapat disimpulkan bahwa baik kualitas layanan maupun fasilitas hotel

merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di hotel berbintang tiga di kota Semarang. Oleh karena itu, fokus pada peningkatan kedua aspek ini sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hotel harus terus memberikan pelatihan kepada staf untuk meningkatkan kemampuan pelayanan, termasuk kecepatan respon, keramahan, dan profesionalisme. Pelatihan berkelanjutan dapat membantu staf memberikan pelayanan yang konsisten dan memuaskan. Melakukan penilaian kinerja staf secara berkala untuk memastikan standar pelayanan tetap terjaga dan memberikan umpan balik yang konstruktif untuk perbaikan. Hotel harus memastikan bahwa kebersihan dan kenyamanan kamar serta area publik selalu terjaga. Ini termasuk perawatan rutin dan peningkatan fasilitas yang ada. Hotel dapat mempertimbangkan untuk menambah atau memperbaiki fasilitas tambahan seperti gym, kolam renang, spa, dan restoran untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Melakukan survei kepuasan pelanggan secara rutin untuk mendapatkan masukan langsung dari pelanggan mengenai layanan dan fasilitas. Ini dapat membantu hotel mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan menilai efektivitas perubahan yang telah dilakukan. Menggunakan umpan balik dari survei dan review online untuk terus mengevaluasi dan meningkatkan Strategi Pemasaran dan Promosi. Memanfaatkan media sosial dan platform online lainnya untuk mempromosikan fasilitas baru atau yang telah ditingkatkan. Menawarkan paket promosi yang menarik untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Mengembangkan program loyalitas pelanggan yang memberikan insentif kepada pelanggan yang sering menginap, seperti diskon khusus, upgrade kamar, atau layanan tambahan gratis.

Dengan menerapkan saran-saran di atas, diharapkan hotel berbintang tiga di kota Semarang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan, yang pada gilirannya akan meningkatkan reputasi dan loyalitas pelanggan.

Daftar Rujukan

- Abdullah, Karimuddin, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, Suryadin Hasda, Zahara Fadilla, Taqwin, Masita, Ketut Ngurah Ardiawan, and Meilida Eka Sari. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Adriani, Ni Nyoman. 2019. "Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Perkembangan Teknologi Informasi Di Era Globalisasi Saat Ini Sangat Pesat . Internet Adalah Salah Satu Kemajuan Teknologi Yang Saat Ini Terus Berkembang . Survei Yang Dilakukan Oleh Asosia." 8(4):1956-84.
- Atmanegara, Stivani Yanti, Dwi Cahyono, Nurul Qomariah, and Abadi Sanosra. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso." *JSMBI (Journal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)* 9(1):79-89.
- Cholis, Muhammad Noor, Enik Rahayu, Renny Apriliyani, Susmono Widagdo, and Henry Yuliamir. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Hotel Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Noormans Semarang." *Jurnal Ilmiah Pariwisata* 19(2):121-38. doi: 10.56910/gemawisata.v19i2.317.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. 1998. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality." *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Pujiastuti, Eny Endah. 2020. "Pengaruh Pengalaman Wisatawan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Serta Niat Berkunjung Kembali." *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial* 5(2):185-201. doi: 10.36636/dialektika.v5i2.465.
- Putri, Yuni Maxi, Hardi Utomo, and Fudji Sri Mar'ati. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Di Grand Wahid Hotel Salatiga." *Among Makarti* 14(1):93-108. doi: 10.52353/ama.v14i1.206.
- Rachmawati, Dewi, and Rahayu Azis. 2017. "Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel (Studi Kasus Pada Hotel Gumaya Di Semarang)." *Jurnal Manajemen* 1-8.
- Restuadhi, Yulianta, Naili Farida, and Agung Budiarmo. 2015. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Siliwangi Semarang." *Jurnal Administrasi Bisnis* 10(7):1-12.
- Sugiyanto, Eviatiwi Kusumaningtyas, and Fera Kurniasari. 2020. "Dimensi Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel X Semarang)." *Business Management Analysis Journal (BMAJ)* 3(2):112-25. doi: 10.24176/bmaj.v3i2.5372.

- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryadharma, I. Wayan Widya. 2015. "Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona." 4(4):930-42.
- Woen, Nathaza Gayatry, and Singgih Santoso. 2021. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, Dan Harga Normal Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen." *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship* 10(2):146. doi: 10.30588/jmp.v10i2.712.