



Kualitas Pelayanan *Receptionist* di Fave Hotel Olo Padang

Andika Andaresta^{1*}, Lise Asnur² 

¹ Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received January 10, 2023

Revised January 15, 2023

Accepted June 10, 2023

Available online July 25, 2023

Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan, *Receptionist*,
Pelayanan Hotel

Keywords:

Service Quality, *Receptionist*, Hotel
Service



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by
Universitas Pendidikan Ganesha.

ABSTRAK

Permasalahan tentang kualitas pelayanan yang merupakan salah satu faktor penentu kepuasan konsumen dalam menginap di hotel. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan *receptionist* di Fave Hotel Olo Padang. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik non probability sampling, yaitu memilih konsumen yang pernah menginap dan sedang menginap di Fave Hotel Olo Padang. Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang terdiri dari 21 butir pernyataan yang terkait dengan kualitas pelayanan *receptionist*. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dan dideskripsikan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25.00. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai kualitas pelayanan yang menginap di Fave Hotel Olo Padang diklasifikasikan pada kategori cukup dengan persentase 73,2% yang artinya kualitas pelayanan *receptionist* di Fave Hotel Olo Padang terdapat pada kategori cukup. Indikator bukti fisik dikategorikan baik dengan persentase 72,2%; indikator empati berada pada kategori cukup dengan persentase 47,4%; indikator kehandalan berada pada kategori buruk dengan persentase 71,1%; indikator daya tanggap dikategorikan buruk pada persentase 46,4%; indikator jaminan digolongkan pada kategori baik dengan persentase 42,3%. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penilaian kualitas pelayanan yang berkunjung dan menginap ke Fave Hotel Olo Padang menyatakan kategori cukup.

ABSTRACT

The problem of service quality is one of the determining factors for consumer satisfaction when staying at a hotel. This research aims to analyze the quality of *receptionist* service at Fave Hotel Olo Padang. This research is quantitative descriptive research using survey methods. The sample was determined using a non-probability sampling technique, namely selecting consumers who had stayed and were currently staying at the Fave Hotel Olo Padang. The data collection process was carried out by distributing a questionnaire consisting of 21 statement items related to the quality of *receptionist* services. The collected data was then analyzed and described using SPSS version 25.00. The results of the research show that the service quality value of those staying at Fave Hotel Olo Padang is classified in the adequate category with a percentage of 73.2%, which means that the quality of *receptionist* service at Fave Hotel Olo Padang is in the adequate category. Physical evidence indicators are categorized as good with a percentage of 72.2%; the empathy indicator is in the sufficient category with a percentage of 47.4%; reliability indicators are in the poor category with a percentage of 71.1%; the responsiveness indicator is categorized as poor at a percentage of 46.4%; the guarantee indicator is classified in the good category with a percentage of 42.3%. Based on these results, it can be concluded that the assessment of the quality of service for those visiting and staying at Fave Hotel Olo Padang is in the sufficient category.

1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah sebuah negara yang memiliki keindahan alam yang menarik para wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata, hal ini menyebabkan cepatnya perkembangan industri pariwisata seperti hotel dan resort guna memberikan para wisatawan tempat untuk tinggal di suatu Negara (Baktio & Utama, 2013; Sukriah, 2014). Pariwisata merupakan suatu perbuatan, pelayanan dan produk hasil dari suatu industri pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan bagi wisatawan (Indiyati et al., 2018; Kanah et al., 2019; Pajriah, 2018). Industri Pariwisata yang sangat berkembang pesat saat ini adalah

*Corresponding author.

E-mail addresses: aandaresta12@gmail.com (Andika Andaresta)

akomodasi penginapan atau yang sering disebut dengan hotel (Diana et al., 2017; Simatupang & Sukmadi, 2020; Zahrulianingdyah, 2018).

Industri perhotelan saat ini terus berkembang seiring dengan perkembangan dunia usaha yang ditandai dengan terus bertambahnya jumlah hotel yang ada, hotel menurut adalah suatu akomodasi yang memberikan sekaligus menyediakan pelayanan seperti makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk menginap kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan serta mampu membayar dengan jumlah yang sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus (Aromega et al., 2019; Isrososiawan et al., 2020; Mailangkay et al., 2021). Hotel yang unggul saat ini sangat memperhatikan kualitas pelayanan demi menjaga image tamu dan selalu memberikan yang terbaik agar tamu nyaman dan berkemungkinan untuk menginap kembali (Destiana, 2018; Herlina & Muliani, 2020; Ningsih & Nurfarida, 2022). Kualitas menurut adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Marhanah & Wahadi, 2016; Pidadari. & Nuryanti, 2021).

Fave Hotel Olo Padang adalah salah satu dari beberapa hotel yang dikelola oleh *Archipelago International*. *Archipelago International* merupakan salah satu operator hotel terkemuka di Indonesia, di Sumatera telah diresmikan dua Fave Hotel pada tiga bulan terakhir 2015. Di kota Padang didirikan Fave Hotel Olo-Padang yang diresmikan pada tanggal 18 Agustus 2016 yang terdiri dari 91 kamar dan 5 ruang pertemuan. Fave Hotel Olo Padang terdiri dari 7 *Department* salah satu *department* yang sangat berpengaruh sekaligus ujung tombak sebuah akomodasi perhotelan adalah *Front Office Department*.

Kualitas Pelayanan (*service quality*) adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan (*perceived service*) (Firliana et al., 2016; Fure et al., 2013; Tunjungsari & Swari, 2021). Konsep kualitas pelayanan merupakan komponen jasa atau layanan memainkan peran strategik dalam setiap bisnis. Pembelian sebuah barang sering disertai dengan unsur jasa/layanan. Demikian pula sebaliknya, suatu jasa sering diperluas dengan cara memasukan atau menambahkan produk fisik pada penawaran jasa tersebut (Kurniawati et al., 2019; Kusuma & Hermawan, 2020; Marhanah & Wahadi, 2016).

Terdapat 5 indikator dalam kualitas pelayanan yaitu *Tangible* (bukti fisik) meliputi bukti fisik, perlengkapan, pegawai dan sasaran komunikasi *Empathy* (empati) kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian kepada tamu, dan pemahaman atas kebutuhan individual para tamu (Haki, 2021; Udiyana et al., 2018). *Reliability* (keandalan) yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. *Responsiveness* (daya tanggap) keinginan para staf untuk membantu para tamu dan memberikan layanan tanggap *Assurance* (jaminan) mencakup pengetahuan, kesopanan dan sifat dapat diperoleh yang dimiliki karyawan bebas dari bahaya, resiko atau keraguan (Kurniawati et al., 2019; Soehardi et al., 2020). Dengan mengetahui kualitas pelayanan, maka pengelola dapat fokus dalam pengembangan layanan yang akan diberikan kepada tamu yang akan menginap demi mencapai kepuasan tamu sehingga memungkinkan tamu tersebut kembali untuk menggunakan jasa layanan yang telah diberikan (Manoppo, 2013; Syafitri et al., 2019; Yusrini & Triandini, 2018).

Berdasarkan hasil pra penelitian, Terkait dengan kualitas pelayanan, belum cukup terpenuhi dan tercapai keinginan tamu baik ketika melakukan proses check in atau pun check out hal ini karena proses yang terlalu lama sehingga tamu menunggu kemudian pesanan yang tidak sesuai dan nada bicara yang kurang sopan dan jutek. Pentingnya dilakukannya penelitian ini yaitu untuk menganalisis sejauh mana kualitas pelayanan demi mencapai titik kepuasan tamu di fave hotel olo padang iini Sehingga penelitian ini bisa menjadi pedoman untuk pengelola untuk rencana pengembangan ke depan yang lebih terarah.

2. METODE

Jenis Penelitian ini penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif dan metode survei berupa kuesioner yang dibagikan kepada sampel untuk diisi. Dalam penelitian ini, teknik sampel yang digunakan teknik *non probably sampling* yaitu metode yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap unsur atau populasi untuk dipilih menjadi sampel. Didapatkan jumlah 97 orang untuk total responden yang diakui sudah representatif karena jumlah sampel lebih dari batas minimal yaitu sebanyak 30 responden. Penelitian ini menggunakan variabel tunggal dan Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan menggunakan lima pilihan jawaban, melalui uji validitas dan reliabilitas, dibantu dengan menggunakan SPSS 25.00 untuk melihat pencapaian responden.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan pengujian variabel Kualitas pelayanan, berupa kuesioner yang disusun dengan pernyataan yang sudah ter-uji valid serta reliabel nya yang kemudian disebar kepada 97 sampel responden untuk dijawab. Jumlah soal yang diberikan sejumlah 21 butir yang diisi oleh responden. Selanjutnya, hasil yang didapatkan dari penelitian ditunjukkan pada [Tabel 1](#).

Tabel 1. Data Variabel Kualitas Pelayanan

| No. | Kategori | Rentang Skor | Frekuensi | Persen % |
|---------------|--------------|--------------|-----------|-------------|
| 1 | Sangat Baik | > 84 | 0 | 0 |
| 2 | Baik | 70 ≤ 84 | 0 | 0 |
| 3 | Cukup | 56 ≤ 70 | 71 | 73.2 |
| 4 | Buruk | 42 ≤ 56 | 26 | 26.8 |
| 5 | Sangat Buruk | < 42 | 0 | 0 |
| Jumlah | | | 97 | 100% |

Hasil dari [Tabel 1](#) dapat dijelaskan bahwa: 0% menyatakan sangat baik, 0% menyatakan baik, 73,2% menyatakan cukup, 26,8% menyatakan buruk, dan 0% untuk kategori sangat buruk. Maka dapat ditarik kesimpulan penelitian pada Variabel Kualitas pelayanan di Fave Hotel Olo Padang dikategorikan cukup. Selanjutnya untuk hasil klasifikasi kategori kualitas pelayanan pada indikator yang meliputi bukti fisik, empati, kehandalan, daya tanggap, dan jaminan yang ditunjukkan pada [Tabel 2](#).

Tabel 2. Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan di Tinjau dari Indikator Bukti Fisik

| No. | Kategori | Skor | Frekuensi | Persen% |
|---------------|--------------|---------|-----------|-------------|
| 1 | Sangat Baik | > 19 | 24 | 24.7 |
| 2 | Baik | 15 ≤ 19 | 70 | 72.2 |
| 3 | Cukup | 11 ≤ 15 | 3 | 3.1 |
| 4 | Buruk | 7 ≤ 11 | 0 | 0 |
| 5 | Sangat Buruk | < 7 | 0 | 0 |
| Jumlah | | | 97 | 100% |

Pada [Tabel 2](#) mengenai data variabel kualitas pelayanan di tinjau melalui indikator bukti fisik dapat diartikan bahwa frekuensi datanya menunjukkan kategori baik dengan persentase 72,2%. Deskripsi data variabel kualitas pelayanan di tinjau pada indikator empati ditunjukkan pada [Tabel 3](#).

Tabel 3. Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan di Tinjau pada Indikator Empati

| No. | Kategori | Rentang skor | Frekuensi | persen % |
|---------------|--------------|--------------|-----------|-------------|
| 1 | Sangat Baik | > 12 | 3 | 3.1 |
| 2 | Baik | 10 ≤ 12 | 24 | 24.7 |
| 3 | Cukup | 8 ≤ 10 | 46 | 47.4 |
| 4 | Buruk | 6 ≤ 8 | 23 | 23.7 |
| 5 | Sangat Buruk | < 6 | 1 | 1.0 |
| Jumlah | | | 97 | 100% |

Menurut [Tabel 3](#) mengenai variabel kualitas pelayanan ditinjau dari indikator empati, dapat diartikan bahwa frekuensi datanya menunjukkan kategori cukup dengan persentase 47,4%. Deskripsi data variabel kualitas pelayanan di tinjau dari indikator kehandalan ditunjukkan pada [Tabel 4](#).

Tabel 4. Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan di Tinjau dari Indikator Kehandalan

| No. | Kategori | Rentang Skor | Frekuensi | Persen% |
|---------------|--------------|---------------|-----------|-------------|
| 1 | Sangat Baik | > 19,95 | 1 | 1.0 |
| 2 | Baik | 16,65 ≤ 19,95 | 2 | 2.1 |
| 3 | Cukup | 13,35 ≤ 16,65 | 25 | 25.8 |
| 4 | Buruk | 10,5 ≤ 13,35 | 69 | 71.1 |
| 5 | Sangat Buruk | < 10,05 | 0 | 0 |
| Jumlah | | | 97 | 100% |

Melalui [Tabel 4](#) mengenai deskripsi data variabel kualitas pelayan ditinjau dari indikator kehandalan dapat dilihat bahwa frekuensi datanya menunjukkan kategori buruk dengan persentase 71,1%. Deskripsi data variabel kualitas pelayanan di tinjau dari indikator daya tanggap ditunjukkan pada [Tabel 5](#).

Tabel 5. Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan di Tinjau dari Indikator Daya Tanggap

| No. | Kategori | skor | Frekuensi | Persen% |
|---------------|--------------|---------|-----------|--------------|
| 1 | Sangat Baik | > 18 | | 0 |
| 2 | Baik | 14 ≤ 18 | 8 | 8.2 |
| 3 | Cukup | 10 ≤ 14 | 44 | 45.4 |
| 4 | Buruk | 6 ≤ 10 | 45 | 46.4 |
| 5 | Sangat Buruk | < 6 | | 0 |
| Jumlah | | | 97 | 100 % |

Berdasar pada [Tabel 5](#) mengenai deskripsi data variabel kualitas pelayanan di tinjau dari indikator daya tanggap dapat dikatakan bahwa frekuensi datanya menunjukkan kategori buruk dengan persentase 46,4%. Deskripsi data variabel kualitas pelayanan di tinjau dari indikator jaminan ditunjukkan pada [Tabel 6](#).

Tabel 6. Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan di Tinjau dari Indikator Jaminan

| No. | Kategori | skor | Frekuensi | Persen% |
|---------------|--------------|---------|-----------|--------------|
| 1 | Sangat baik | > 12 | 1 | 1.0 |
| 2 | Baik | 10 ≤ 12 | 41 | 42.3 |
| 3 | Cukup | 8 ≤ 10 | 39 | 40.2 |
| 4 | Buruk | 6 ≤ 8 | 16 | 16.5 |
| 5 | Sangat Buruk | < 6 | | 0 |
| Jumlah | | | 97 | 100 % |

Berdasar pada [Tabel 6](#) mengenai deskripsi data variabel kualitas pelayanan di tinjau dari indikator jaminan dapat dikatakan bahwa frekuensi datanya menunjukkan kategori baik dengan persentase 42,3%.

Pembahasan

Dapat dilihat berdasarkan jawaban dari 97 sampel responden, ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan terdapat pada kategori cukup dengan persentase **73,2%**. Kualitas pelayanan artinya faktor krusial bagi tamu atau pengunjung dalam menentukan tempat yang akan dipakai untuk menginap dan beristirahat ketika berpergian atau berpariwisata ([Fure et al., 2013](#); [Prawiranata et al., 2016](#)). Artinya ialah penilaian kualitas pelayanan yang berkunjung dan menginap ke fave hotel olo padang menyatakan kategori cukup. Menurut penelitian sebelumnya kualitas pelayanan bisa dikatakan menjadi alasan tamu ketika memilih dan menentukan dimana ia akan menginap dan tinggal ketika berpariwisata di suatu daerah ([Barseli et al., 2020](#); [Manoppo, 2013](#)).

Kualitas Pelayanan pada penelitian ini dilihat dari 97 responden maka variabel kualitas pelayanan dapat dikategorikan cukup 73,2%, kemudian ditinjau pada 5 indikator kualitas pelayanan yaitu: bukti fisik 72,2% responden mengatakan baik, pada indikator empati responden mengatakan cukup 47,4%, pada indikator kehandalan dikategorikan buruk 71,1%, pada indikator daya tanggap 46,4% dikategorikan buruk, dan pada indikator jaminan dikategorikan baik 42,3%. Artinya berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil kualitas pelayanan di Fave Hotel Olo Padang termasuk dalam kategori Cukup. Hal ini sesuai dengan pendapat kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat ([Baiev et al., 2019](#); [Faqih & Jaradat, 2015](#); [Perdana et al., 2021](#)).

Berdasarkan penjelasan variabel kualitas pelayanan di fave hotel olo padang berada pada kategori cukup, dengan diselesaikannya hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi pedoman atau masukan bagi pengelola dan pengembang tentang kualitas pelayanan yang menginap ke fave hotel olo padang untuk lebih baik dan ditingkatkan lagi sehingga menjadi hotel dengan image kualitas pelayanan yang menjanjikan dimata para tamu ([Perdana et al., 2021](#); [Vierdwiyani & Afriapollo Syafarudin, 2020](#)).

Implikasi dari penelitian ini dengan meningkatkan kualitas pelayanan receptionist, hotel dapat mengharapkan peningkatan dalam kepuasan tamu. Kepuasan tamu yang lebih tinggi dapat berdampak positif pada citra hotel, ulasan online, dan pelanggan yang kembali. Selain itu penelitian ini dapat menjadi landasan bagi penelitian lanjutan tentang topik ini. Penelitian lebih lanjut dapat melibatkan lebih banyak responden, melibatkan aspek-aspek yang lebih mendalam tentang pelayanan receptionist, atau melibatkan perbandingan dengan hotel lain. Namun penelitian ini memiliki keterbatasan utama dalam penelitian

semacam ini adalah bahwa hasilnya mungkin hanya berlaku untuk situasi dan konteks yang spesifik. Hasil penelitian mungkin tidak dapat langsung digeneralisasi ke hotel lain atau ke wilayah geografis yang berbeda.

4. SIMPULAN

Kualitas Pelayanan *Receptionist* di Fave Hotel Olo Padang menunjukkan secara keseluruhan termasuk dalam kategori cukup. Indikator bukti fisik dikatakan baik, Indikator empati tergolong pada kategori cukup. Indikator kehandalan digolongkan pada kategori buruk. Indikator daya tanggap tergolong pada kategori buruk. Indikator kehandalan digolongkan pada kategori buruk. Indikator Jaminan digolongkan pada kategori baik. Implikasi dari penelitian ini dengan meningkatkan kualitas pelayanan *receptionist*, hotel dapat mengharapkan peningkatan dalam kepuasan tamu. Kepuasan tamu yang lebih tinggi dapat berdampak positif pada citra hotel, ulasan online, dan pelanggan yang kembali. Selain itu penelitian ini dapat menjadi landasan bagi penelitian lanjutan tentang topik ini. Penelitian lebih lanjut dapat melibatkan lebih banyak responden, melibatkan aspek-aspek yang lebih mendalam tentang pelayanan *receptionist*, atau melibatkan perbandingan dengan hotel lain.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Aromea, T. N., Kojo, C., & Lengkong, V. P. K. (2019). Pengaruh Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Yuta Hotel Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 741–750. <https://doi.org/10.35794/emba.7.1.2019.22531>.
- Baiev, V. V., Bakhov, I. S., Holovach, N. V., & Zgalat-Lozynska, L. O. (2019). The economic determinants of the world medical tourism industry development. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 10(6), 1392–1398. [https://doi.org/10.14505/jemt.v10.6\(38\).22](https://doi.org/10.14505/jemt.v10.6(38).22).
- Baktio, H., & Utama, W. (2013). *Kecerdasan emosional*. Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia.
- Barseli, M., Ifdil, I., & Fitria, L. (2020). Stress akademik akibat Covid-19. *JPGI (Jurnal Penelitian Guru Indonesia)*, 5(2), 95. <https://doi.org/10.29210/02733jpgi0005>.
- Destiana, B. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di Hotel Niagara Parapat Provinsi Sumatera Utara. *Destiana Baetie*, 5(1), 1–27. <https://www.neliti.com/publications/205894>.
- Diana, P., Suwena, I. K., & Wijaya, N. M. S. (2017). Peran Dan Pengembangan Industri Kreatif Dalam Mendukung Pariwisata Di Desa Mas Dan Desa Peliatan, Ubud. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17(2), 84–92. https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir.
- Faqih, K. M. S., & Jaradat, M.-I. R. M. (2015). Assessing the moderating effect of gender differences and individualism-collectivism at individual-level on the adoption of mobile commerce technology: TAM3 perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 37–52. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.09.006>.
- Firliana, R., Kasih, P., & Sulastri, H. S. (2016). Sistem Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Service Quality (SERVQUAL). *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Multimedia-STMIK AMIKOM Yogyakarta*, 205–210. <https://ojs.amikom.ac.id/index.php/s>.
- Fure, H., Produk, K., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional bersehati calaca. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 273–283. <https://doi.org/10.35794/emba.1.3.2013.2023>.
- Haki, U. (2021). Pengaruh Pelatihan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Ekstra Sempu Kota Serang. *Jemasi: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 17(1), 64–74. <https://doi.org/10.35449/jemasi.v17i1.96>.
- Herlina, H., & Muliani, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Food and Beverage Department Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Daily Inn Jakarta. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 1(2), 74–80. <https://doi.org/10.31334/jd.v1i2.842.g480>.
- Indiyati, D., Kurniawan, A., & Choirunnisa, M. (2018). Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja Pada Perusahaan Manufaktur Untuk Mendukung Pariwisata Indonesia. *Pariwisata*, 5(3), 203–212.
- Isrososiawan, S., Rahayu, A., Wibowo, L. A., & Dewatmoko, S. (2020). Green Human Resources Management Mendukung Kinerja Lingkungan Industri Perhotelan. *Jurnal Co Management*, 3(2), 457–470. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v3i2.425>.
- Kanah, K., Sumawidari, I. A. K., & Oka, I. M. D. (2019). Analisis Kompetensi Mahasiswa Program Studi Perhotelan. *Epigram*, 16(1), 19–28. <https://doi.org/10.32722/epi.v16i1.1416>.

- Kurniawati, T., Irawan, B., & Prasodjo, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 147. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2.11159>.
- Kusuma, T. M., & Hermawan, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Online Food Delivery Service. *Jurnal Perspektif*, 18(2), 176–180. <https://doi.org/10.31294/jp.v18i2.8724>.
- Mailangkay, F. A., Mangantar, M., & Tulung, J. E. (2021). Reaksi Pasar Modal Terhadap Penerapan Kebijakan PSBB Pada Industri Perhotelan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA*, 9(3), 640–647. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i3.34959>.
- Manoppo, F. (2013). Kualitas Pelayanan, Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Puri Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1341–1348. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2913>.
- Marhanah, S., & Wahadi, W. H. (2016). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 13(1). <https://doi.org/10.17509/jurel.v13i1.2134>.
- Ningsih, A. S., & Nurfarida, I. N. (2022). Efek kualitas layanan pada loyalitas pelanggan: peran mediasi kepuasan pelanggan. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 81–90. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6962>.
- Pajriah, S. (2018). Peran Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Pariwisata Budaya Di Kabupaten Ciamis. *Jurnal Artefak*, 5(1), 25. <https://doi.org/10.25157/ja.v5i1.1913>.
- Perdana, G., Wahyu P, E., Oka, I, A., Darma, I, M., Astawa, I, K., & Ginaya, G. (2021). Guest satisfaction level towards bartender services at the Melia Bali Hotel's Tapas Bar. *International Journal of Green Tourism Research and Applications*, 3(1), 21–26. <https://doi.org/10.31940/ijogtra.v3i1.2394>.
- Pidadari., & Nuryanti, W. (2021). Kualitas Produk Wisata Budaya Dengan Kepuasan Wisatawan Pada Kawasan Pariwisata Tepian Sungai Musi Kota Palembang. *Jurnal Arsir*, 5(2), 120–134. <https://doi.org/10.32502/arsir.v5i2.3729>.
- Prawiranata, A., Yulianto, E., & Kusumawati, A. (2016). Pengaruh Keramahtamahan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Villa Agrowisata Kebun Teh Wonosari Lawang, Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 2(1), 114–120.
- Simatupang, V., & Sukmadi, S. (2020). Analisis Kebijakan Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Di Kota Bandung Selama Pandemi Covid 19. *Media Bina Ilmiah*, 15(6), 4669–4680. <https://doi.org/10.33758/mbi.v15i6.906>.
- Soehardi, S., Permatasari, D. A., & Sihite, J. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Pendapatan Tempat Wisata dan Kinerja Karyawan Pariwisata di Jakarta. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.31599/jki.v1i1.216>.
- Sukriah, E. (2014). Pariwisata Sebagai Sektor Unggulan Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Resort & Leisure*, 11(1), 65–74. <https://doi.org/10.17509/jurel.v11i1.2904>.
- Syafitri, E. D., Nugroho, R. A., & Yorika, R. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung Daya Tarik Wisata Kebun Raya Balikpapan. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 4(1), 1–8. <https://ejournal.upi.edu/index.php/Jithor/article/view/28205>.
- Tunjungsari, K. R., & Swari, P. A. I. (2021). Penerapan kualitas pelayanan pramusaji pada pesisir restoran di the alantara sanur. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 11(2), 141–164. <https://doi.org/10.22334/jihm.v11i2.186>.
- Udiyana, I. B. G., Kepramareni, P., & Erlinawati. (2018). Pendekatan Dimensi Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Wisata, Fasilitas, Biaya Perjalanan dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kunjungan Wisatawan Pada Obyek Wisata Pantai Plengkung di Kabupaten Banyuwangi Propinsi Jawa Timur (Upaya Pemberdayaan Pengusaha Lokal S. *Akuntansi, Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset*, 10(1), 102–108. <https://doi.org/10.22225/kr.10.1.844.96-102>.
- Vierdwiyani, D., & Afriapollo Syafarudin. (2020). Analysis of Service Quality and Brand Image on Customer Satisfaction Through Purchase Decisions As Intervening Variable (Case Study E-Commerce Shopee At Villa Galaxy Housing Rt 002). *Dinasti International Journal of Management Science*, 1(6), 802–815. <https://doi.org/10.31933/dijms.v1i6.390>.
- Yusrini, L., & Triandini, R. (2018). Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Panorama Pabangbon Leuwiliang Bogor. *EDUTURISMA*, 3(1). <http://ejournal.akpindo.ac.id/index.php/eduturisma/article/view/1194>.
- Zahrulianingdyah, A. (2018). Kuliner sebagai pendukung industri pariwisata berbasis kearifan lokal. *TEKNOBUGA: Jurnal Teknologi Busana Dan Boga*, 6(1), 1–9. <https://doi.org/10.15294/teknobuga.v6i1.16667>.