

ANALISIS KEPUASAN TAMU: Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Pada D'Senopati Malioboro Grand Hotel Yogyakarta

Septi Nurlaili¹, Tuwuh Adhistyo Wijoyo²

STIEPARI, Indonesia

septinurlaili25@gmail.com¹, zefanya.adhistyo@gmail.com²

Submitted: 13th July 2024/ **Edited:** 28th Sept 2024/ **Issued:** 01st Oct 2024

Cited on: Nurlaili, S., & Wijoyo, T. A. (2024). ANALISIS KEPUASAN TAMU: Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Pada D'Senopati Malioboro Grand Hotel Yogyakarta. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 7(4), 911-921.

ABSTRACT

This study intends to look at how the D'Senopati Malioboro Grand Hotel Yogyakarta's amenities and level of service affect visitors' happiness. Using a sample of 92 respondents, multiple linear regression analysis was used in the research methodology. Guest satisfaction is positively and significantly impacted by the quality of the facilities and services, according to the analysis's findings. It's interesting to note that the degree of client pleasure is more influenced by service quality than by facilities. This discovery could lead to talks about investments and resource allocation in the hotel sector, with a focus on raising service quality. The investigation also emphasizes the significance of favorable reactions to facilities and the difficulties associated with correct information provided by staff members. The research's practical implications offer a strong basis for hotel management to develop a comprehensive plan aimed at maximizing visitor satisfaction through improved amenities and service standards.

Keywords: Facilities, Service Quality, Guest Satisfaction, Hotel

PENDAHULUAN

Industri perhotelan menjadi ruang yang kompleks dengan tantangan yang semakin berkembang di tengah dinamika era modern. Ini terutama karena persaingan yang kuat di pasar. Sekarang, sebuah hotel tidak hanya dinilai berdasarkan fasilitas fisik atau kenyamanan ruangan, tetapi juga berdasarkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Sebagai perwakilan utama hotel, resepsionis sangat penting dalam mengatasi situasi ini. Mereka adalah penjaga pintu pertama dan menciptakan kesan pertama bagi para tamu. Kemampuan mereka untuk melayani dengan baik dan ramah akan membuat pengunjung memiliki pengalaman menginap yang menyenangkan dan positif. Meskipun demikian, proses manufaktur di perusahaan, baik dalam industri perhotelan maupun sektor lainnya, melibatkan berbagai bagian produksi. Berbagai komponen ini berinteraksi dan berkolaborasi satu sama lain untuk menghasilkan barang atau jasa. Semua tahapan ini, mulai dari perencanaan, produksi, distribusi, hingga layanan pelanggan, merupakan

bagian penting dari proses manufaktur sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan sangat penting dalam industri perhotelan, yang mencakup penyediaan jasa. Pengalaman menginap yang luar biasa bergantung pada bagaimana resepsionis menyambut tamu, menjawab pertanyaan atau permintaan, dan menangani situasi yang mungkin terjadi. Oleh karena itu, keseluruhan proses manufaktur, baik dalam pembuatan barang maupun penyediaan jasa, sangat penting untuk mencapai standar kualitas yang diharapkan di era persaingan yang sengit ini.

Manajemen hotel sadar bahwa kualitas pelayanan resepsionis mencakup aspek teknis dan interpersonal. Hal-hal seperti berkomunikasi dengan baik, mendengarkan kebutuhan tamu, dan menangani keluhan atau permintaan adalah komponen penting dari konsep kualitas pelayanan yang diinginkan (Sebayang, 2023). Oleh karena itu, kepuasan tamu dan pengalaman mereka di hotel sangat dipengaruhi oleh resepsionis yang mampu memberikan pelayanan yang baik. Fokus pada kualitas pelayanan resepsionis menjadi semakin penting dalam industri perhotelan karena interaksi pertama dengan tamu seringkali menentukan citra hotel. Penelitian ini menjadi langkah awal untuk memahami secara lebih mendalam bagaimana kualitas pelayanan resepsionis mempengaruhi persepsi dan kepuasan tamu. Kepuasan tamu hotel berdampak positif. Tamu yang puas cenderung menjadi pelanggan setia, yang membantu bisnis berkembang dan menghasilkan lebih banyak uang (Renaldi & Fairliantina, 2022). Rekomendasi positif dari tamu yang puas meningkatkan reputasi hotel dan menarik pelanggan baru. Selain itu, citra dan reputasi hotel yang baik dipertahankan, yang memberikan keunggulan dalam persaingan industri perhotelan. Peningkatan kepercayaan pelanggan didorong oleh ulasan yang positif di situs ulasan dan media sosial. Kepuasan tamu meningkatkan ROI secara finansial dengan meningkatkan pengeluaran tamu dan layanan karyawan yang baik. Hotel dapat menciptakan lingkungan yang menguntungkan, mendorong pertumbuhan bisnis, dan memperkuat reputasi mereka dengan memprioritaskan kepuasan tamu.

Sejumlah faktor, termasuk aspek operasional dan interpersonal, memengaruhi kualitas layanan yang diberikan hotel kepada tamunya. Pelatihan dan keterampilan karyawan, termasuk staf resepsionis dan layanan tamu, sangat penting untuk memberikan pelayanan yang memuaskan. Komunikasi yang efektif juga sangat penting; resepsionis yang dapat menyampaikan informasi dengan jelas dan mendengarkan kebutuhan tamu sangat penting untuk mendapatkan pengalaman yang menyenangkan (Akomaning, 2023).

Penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan adalah responsif terhadap kebutuhan tamu, termasuk menanggapi permintaan atau keluhan dengan cepat. Persepsi tamu tentang kualitas pelayanan dipengaruhi oleh kondisi fisik hotel, ketersediaan fasilitas, dan suasana umum hotel. Pengalaman menginap yang unik dapat dicapai melalui penggunaan teknologi, budaya organisasi yang mendukung pelayanan pelanggan, dan penyesuaian layanan sesuai dengan preferensi tamu. Kualitas pelayanan hotel secara keseluruhan dibentuk oleh kepemimpinan yang memprioritaskan pelayanan pelanggan, keamanan, dan ketersediaan data yang cepat (Anwar & Putra, 2020). Hotel dapat meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat kepercayaan pelanggan dengan mempertimbangkan elemen-elemen ini. Fasilitas didefinisikan sebagai perlengkapan fisik yang memudahkan tamu untuk melakukan aktivitas sehingga kebutuhan tamu dapat dipenuhi. Oleh karena itu, bagi bisnis jasa seperti hotel, fasilitas sangat penting. Fasilitas adalah sarana dan prasarana yang disediakan oleh hotel untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan kenyamanan. Kunjungan pelanggan akan menyenangkan jika fasilitas memenuhi kebutuhan mereka.

Kepuasan tamu hotel meningkat maka tamu yang puas cenderung menjadi pelanggan setia, yang membantu pertumbuhan dan keuntungan hotel. Selain itu, rekomendasi positif dari tamu yang puas meningkatkan reputasi hotel dan menarik pelanggan baru. Selain itu, citra dan reputasi hotel yang baik dipertahankan, memberikan keunggulan dalam persaingan dalam industri perhotelan (Iskandar, 2020). Komentar positif di situs ulasan dan media sosial mendorong kepercayaan pelanggan. Meningkatkan kepuasan pelanggan meningkatkan ROI finansial dengan meningkatkan pengeluaran pelanggan dan layanan karyawan yang baik. Dengan memprioritaskan kepuasan tamu, hotel dapat menciptakan lingkungan yang menyenangkan, mendorong pertumbuhan bisnis, dan memperkuat reputasi mereka.

D'Senopati Malioboro Grand Hotel Yogyakarta meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, jenis kamar yang tersedia, mulai dari deluxe, eksekutif, hingga presiden suite, dirancang untuk memenuhi kebutuhan semua orang. Meningkatkan kualitas pelayanan juga menjadi perhatian manajemen. Pihak hotel selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya, mulai dari kedatangan hingga kepulangan. Mereka juga berusaha membuat pengurusan administrasi lebih mudah dan lebih cepat. Melatarbelakangi

masalah ini adalah fakta bahwa meskipun manajemen D'Senopati Malioboro Grand Hotel Yogyakarta berusaha untuk membuat tamu lebih puas, masih banyak keluhan dari tamu, seperti yang ditunjukkan oleh komentar tamu baik maupun buruk tentang fasilitas dan layanan hotel.

LANDASAN TEORI

Kepuasan Tamu

Kualitas layanan dan kelengkapan fasilitas hotel sangat penting untuk kepuasan tamu (Akbar, 2021). Ketika hotel meningkatkan kualitas pelayanannya untuk memenuhi harapan tamu, mereka berusaha untuk membuat tamu puas dalam jangka pendek dan jangka panjang dengan tujuan untuk membuat tamu setia dan membawa mereka kembali untuk menggunakan layanan hotel. Kepuasan pelanggan diukur dengan menilai seberapa jauh manfaat yang dirasakan pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan (Wijoyo, 2014). Kepuasan pelanggan terdiri dari perbandingan antara kinerja produk yang dirasakan dan harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah reaksi emosional terhadap pengalaman yang terkait dengan barang atau jasa yang dibeli (Aulia & Hidayat, 2017; Renaldi & Fairliantina, 2022). Kebutuhan, pengalaman masa lalu, dan pengalaman teman adalah beberapa faktor yang memengaruhi persepsi dan harapan pelanggan. Lima faktor membentuk dimensi kepuasan tamu: ekspektasi, hasil, perbandingan, konfirmasi/diskonfirmasi, dan jenis kepuasan dan ketidakpuasan konsumen (Wijoyo, 2016). Kebutuhan dan keinginan pelanggan, pengalaman masa lalu, dan teman juga memengaruhi kepuasan tamu. Dengan menggabungkan komponen-komponen ini, hotel diharapkan dapat membuat rencana yang lebih efisien untuk memenuhi kebutuhan tamu, menumbuhkan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan reputasi merek mereka di pasar perhotelan yang kompetitif.

Kualitas Pelayanan

Pentingnya memberikan pelayanan berkualitas karena pelayanan melibatkan lebih dari sekadar mengantarkan atau melayani; itu melibatkan pemahaman, pemahaman, dan pengalaman sehingga dapat mencapai hati share dan mind share konsumen (Adhistryo et al., 2021). Dengan terjalannya hati share dan mind share, konsumen akan menjadi loyal terhadap produk atau usaha perusahaan. Pelayanan dapat didefinisikan sebagai kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya

tidak fisik dan tidak berakibat pada kepemilikan sesuatu (Ali, 2017). Pelayanan sebagai tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain. Pelayanan mencakup setiap tindakan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. Ini tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan (Alsharari, 2020).

Pelayanan adalah kondisi yang berkaitan dengan produk atau jasa manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi harapan. Kualitas pelayanan tidak hanya mencakup kelengkapan yang digunakan, keramahtamahan, aktivitas, ketepatan, tetapi juga tanggung jawab atas kerusakan produk yang dibeli. Perusahaan sangat memperhatikan pentingnya pelayanan ini bagi pelanggan. Menurut model kualitas jasa yang dirumuskan, kebutuhan pribadi pelanggan, pengalaman masa lalu, komunikasi mulut ke mulut, dan iklan dan promosi perusahaan jasa adalah semua faktor yang membentuk harapan pelanggan (Afrilliana, 2020; Agiesta et al., 2021).

Konsumen memilih penyedia layanan berdasarkan ekspektasi ini, dan setelah menggunakan layanan, mereka membandingkannya dengan perkiraan mereka. Jika jasa yang diberikan tidak memenuhi harapan, pelanggan akan kehilangan minat terhadap pemberi jasa tersebut. Sebaliknya, jika jasa tersebut memenuhi atau melebihi harapan, pelanggan cenderung akan menggunakannya lagi. Selain itu, model kualitas jasa menemukan lima masalah yang dapat menyebabkan pelayanan yang buruk (Wijoyo, 2023). Ini termasuk ketidaksesuaian antara persepsi manajemen dan harapan pelanggan, persepsi manajemen dengan spesifikasi kualitas jasa, spesifikasi kualitas jasa dengan pemberian jasa, komunikasi eksternal dengan penyerahan jasa, dan kualitas jasa yang dinikmati pelanggan dengan yang diharapkan.

Fasilitas

Fasilitas perhotelan mencakup penyediaan sarana fisik yang memungkinkan pengunjung melakukan aktivitas tertentu selama menginap di hotel. Salah satu cara untuk mengukur kualitas fasilitas adalah dengan menilai kamar tamu, menilai ketersediaan dan kualitas perabotan dan perlengkapan mandi (Wijoyo et al., 2021). Selain itu, penilaian restoran juga melibatkan jenis makanan dan minuman yang ditawarkan serta fasilitas fisik restoran yang dapat memastikan pelayanan makanan dan minuman yang baik. Fasilitas rekreasi, seperti ruang olahraga, kolam renang, dan lapangan tenis indoor dan outdoor, adalah komponen lain yang dievaluasi (Tyas & Supriyanto, 2022).

Tingkat kepuasan tamu dengan fasilitas dan keberagaman hotel sangat bergantung

pada kualitasnya. Hotel dapat memastikan bahwa fasilitas yang disediakan memenuhi harapan pelanggan dan memberikan pengalaman menginap yang positif dengan menilai elemen-elemen ini (Balinda & Sidiq, 2020). Penyediaan fasilitas fisik yang memudahkan tamu untuk melakukan aktivitas atau kegiatan di hotel disebut fasilitas. Kondisi, desain, dan kebersihan fasilitas sangat penting, terutama bagi pelanggan. Kepuasan pelanggan memengaruhi keputusan pelanggan untuk menginap di hotel tertentu dan dapat memengaruhi penjualan dan keuntungan hotel tersebut (Gultom, 2023). Dalam hal ini, "fasilitas" merujuk pada fasilitas hotel, yang dapat memengaruhi pilihan penginapan.

Fasilitas adalah 916acto fisik yang harus tersedia sebelum suatu layanan diberikan kepada tamu. Dalam pembuatan fasilitas, banyak elemen perlu dipertimbangkan. Ini termasuk pertimbangan atau perencanaan parsial, yang mencakup elemen seperti ide, tekstur, warna, dan lain-lain yang harus digabungkan dan dikembangkan untuk menarik perhatian pengguna atau penonton secara kognitif dan emosional. Faktor penting lainnya adalah perencanaan ruangan, yang mencakup desain arsitektur dan interior, penempatan perabotan, perlengkapan, dan desain aliran sirkulasi (Supriyanto & Octafian, 2021). Perlengkapan atau perabotan memiliki dua fungsi. Mereka bisa melindungi barang berharga kecil, menjadi pajangan, menyambut pelanggan, dan menunjukkan status pemilik atau pengguna. Selain itu, tata cahaya, warna, dan suasana ruangan harus diperhatikan karena 916actor-faktor ini dapat memengaruhi efisiensi, menciptakan suasana yang rileks, dan menurunkan risiko kecelakaan. Efek psikologis yang diinginkan harus dipertimbangkan saat memilih warna untuk ruang layanan.

METODE PENELITIAN

Pada akhirnya, penelitian ini akan menguji hipotesis untuk memvalidasi atau memperkuat hipotesis yang telah dibuat. Penelitian penjelasan, yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan penelitian asosiatif, bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih (Creswell, 2002). Sehubungan dengan situasi ini, penelitian ini bertujuan untuk menentukan sejauh mana fasilitas dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Responden adalah mereka yang berusia 20 tahun ke atas, dan sebanyak 92 sampel dikumpulkan. Analisis regresi linier berganda adalah teknik analisis data yang digunakan untuk memprediksi nilai dampak dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk menentukan apakah ada hubungan fungsi atau kausal

antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Program SPSS digunakan untuk mempercepat dan mempermudah analisis dalam penelitian ini.

HASIL PENELITIAN

Tabel 1. Ringkasan Hasil Analisis Regresi

	B	β	T	Sig t
Konstanta	17,816		6,546	0,000
Fasilitas	0,356	0,366	3,333	0,001
Kualitas Pelayanan	0,422	0,457	4,168	0,000
F			69,277	
Sig. F			0,000	
R ²			0,600	

Sumber: Data penelitian, 2024

Koefisien regresi variabel fasilitas (X1) sebesar 0,366 (+) menunjukkan bahwa fasilitas memengaruhi kepuasan tamu; lebih baik fasilitas yang ditawarkan hotel, tamu akan lebih puas dan akan kembali lagi. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,457 (+) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan tamu. Semakin baik fasilitas yang ditawarkan hotel, tamu akan lebih puas dan akan kembali lagi. Pembahasan Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu: Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan tamu. Hipotesisnya adalah bahwa tingkat kepuasan tamu meningkat jika fasilitas hotel lebih baik dan lengkap. Hasil analisis regresi linear berganda tabel 4.37 juga mendukung temuan ini: koefisien regresi fasilitas sebesar 0,366, nilai t hitung (3,333) lebih besar daripada nilai t tabel (1,99), dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil daripada 0,05. Hasil dari tanggapan responden menunjukkan bahwa fasilitas memberikan tanggapan tertinggi pada indikator pusat kebugaran, sedangkan fasilitas memberikan tanggapan terkecil pada indikator penataan tempat tidur representatif. Jumlah tanggapan yang tinggi menunjukkan bahwa manajemen hotel harus memperhatikan fasilitas; semakin banyak fasilitas yang tersedia, semakin tinggi kepuasan tamu. Sebaliknya, tanggapan yang lebih rendah menunjukkan bahwa fasilitas yang kurang berfungsi dengan baik, sehingga tamu tidak nyaman saat menginap.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu: Hasil penelitian menunjukkan hipotesis bahwa ada korelasi positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan variabel kepuasan tamu. Dengan kata lain, tingkat kepuasan tamu lebih tinggi jika hotel menawarkan layanan yang lebih baik. Hasil analisis regresi linear

berganda tabel 4.37 juga mendukung temuan ini: keefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,457, nilai t hitung (3,333) lebih besar daripada nilai t tabel (1,99), dan nilai signifikan 0,000 lebih besar daripada 0,05. Kemudahan menggunakan fasilitas hotel adalah faktor yang memberikan tanggapan tertinggi, dan kemampuan karyawan untuk memberikan informasi yang akurat adalah faktor yang memberikan tanggapan paling rendah. Dengan memahami masalah kualitas pelayanan, jelas bahwa karyawan D'Senopati Malioboro Grand Hotel Yogyakarta sangat bertanggung jawab untuk menyelesaikan semua tanggung jawab dan tugas mereka. Selain itu, karyawan D'Senopati Malioboro Grand Hotel Yogyakarta bekerja sesuai dengan prosedur operasional standar (SOP) yang berlaku. Dengan peningkatan kinerja karyawan, tujuan perusahaan dapat tercapai dengan baik, yang pada gilirannya akan menguntungkan perusahaan, sehingga kualitas pelayanan dapat diberikan dengan baik, dan tamu dapat menjadi puas dan kembali. Faktor Yang Paling Berpengaruh Terhadap Kepuasan Tamu Kualitas pelayanan adalah faktor yang paling memengaruhi kepuasan tamu di D'Senopati Malioboro Grand Hotel Yogyakarta. Ini berarti bahwa kualitas pelayanan lebih memengaruhi kepuasan tamu daripada fasilitas. Untuk menghindari keluhan selama menginap, hotel harus mengevaluasi kembali layanan mereka, terutama dalam memberikan informasi kepada pelanggan. Untuk memastikan bahwa tamu puas, kami telah melakukan segala yang mungkin untuk memenuhi harapan tamu. Jika tingkat kepuasan tamu tinggi, mereka akan memuji hotel dan merekomendasikan hotel kepada orang lain. Timbal balik atau kesesuaian antara kebutuhan dan keinginan tamu, kesesuaian dengan manfaat yang diinginkan, dan adanya kemampuan atau kualitas yang lebih dari produk tersebut menyebabkan kepuasan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan di D'Senopati Malioboro Grand Hotel Yogyakarta memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, yang dapat menghasilkan perdebatan dan diskusi yang menarik. Temuan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih besar daripada fasilitas terhadap kepuasan tamu dapat menjadi titik perdebatan tentang bagaimana uang dan sumber daya hotel dialokasikan. Sebagian orang mungkin berpendapat bahwa menambah fasilitas baru, seperti pusat kebugaran yang diterima baik, dapat membantu menarik tamu (Mella & Hulu, 2023). Sebaliknya, fokus pada kualitas pelayanan, yang dianggap paling penting, dapat menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana meningkatkan interaksi dan layanan

karyawan untuk pengalaman menginap yang lebih baik. Salah satu topik lain yang dibahas adalah tanggapan yang sangat baik terhadap kemudahan menggunakan fasilitas dan ketidakmampuan karyawan untuk memberikan informasi yang akurat. Mungkin ada diskusi tentang cara memperbaiki fasilitas yang tidak memenuhi standar dan bagaimana memberikan pelatihan kepada karyawan untuk memberikan informasi yang lebih akurat. Selain itu, perselisihan tentang faktor yang paling penting, di mana kualitas pelayanan adalah yang paling penting, dapat menimbulkan pertanyaan tentang sejauh mana strategi manajemen hotel dan pemasaran harus memberikan perhatian (Feri, 2018). Analisis diskusi harus mempertimbangkan hal-hal lain yang mungkin tidak diteliti, seperti harga, lokasi, dan promosi; kepuasan tamu dapat sangat dipengaruhi. Selain itu, salah satu aspek penting dari diskusi akademis adalah menentukan apakah temuan ini dapat diterapkan pada industri perhotelan secara keseluruhan atau lebih berfokus pada fitur D'Senopati Malioboro Grand Hotel Yogyakarta. Hasilnya, penelitian ini memberikan dasar yang kuat untuk membuat strategi pengelolaan hotel yang holistik yang mempertimbangkan peningkatan fasilitas dan kualitas pelayanan sehingga tamu puas sepenuhnya.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan secara positif dan signifikan mempengaruhi kepuasan tamu di D'Senopati Malioboro Grand Hotel Yogyakarta. Di antara keduanya, kualitas pelayanan termasuk kemudahan penggunaan fasilitas—berkontribusi lebih besar terhadap kepuasan tamu dibandingkan dengan faktor fasilitas itu sendiri. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi manajemen hotel untuk lebih mengalokasikan sumber daya mereka, dengan fokus pada aspek pelayanan yang dapat meningkatkan pengalaman tamu secara keseluruhan.

Selain itu, penelitian ini juga menyoroti hal yang perlu diperbaiki, seperti penyediaan informasi yang akurat kepada tamu. Diskusi lebih lanjut diperlukan untuk menggali makna dari temuan ini dan mengeksplorasi strategi-strategi yang dapat dioptimalkan oleh hotel dalam rangka meningkatkan kepuasan tamu. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan, hotel dapat merancang layanan yang lebih efektif dan memenuhi harapan tamu dengan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhistryo, T., Hardiani, W., & ... (2021). Effect of e-service quality and online review on guest satisfaction at virtual hotel operator in the city of Semarang. *Kontigensi: jurnal ilmiah ...*, query date: 2024-02-11 19:46:56. <https://jurnal.dim-unpas.web.id/index.php/jimk/article/view/199>
- Afrilliana, N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan grab di kota Palembang. *Jurnal nasional manajemen pemasaran & sdm*, query date: 2024-02-07 20:56:27. <http://journal.jis-institute.org/index.php/jnmpsdm/article/view/119>
- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito, P. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ka lokal Bandung Raya. *Jurnal ilmiah manajemen ...*, query date: 2024-02-07 20:56:27. <http://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1323>
- Akbar, R. (2021). *Pengaruh lokasi, harga, sistem hotel syariah dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap di hotel SriKandi Tasikmalaya*. Repositori.unsil.ac.id. <http://repositori.unsil.ac.id/id/eprint/4334>
- Akomaning, E. L. (2023). *Linen quality and guest satisfaction in star-rated hotels in upper east region of Ghana*. <https://doi.org/10.47672/jht.1448>
- Ali, F. (2017). The effect of technical and functional quality on guests' perceived hotel service quality and satisfaction: a sem-pls analysis. *Journal of quality assurance in hospitality and tourism*, 18(3), 354–378. <https://doi.org/10.1080/1528008x.2016.1230037>
- Alsharari, Y. A. (2020). Service quality of hotels serving Saudi tourism industry. *International journal for quality research*, 14(4), 1003–1018. <https://doi.org/10.24874/ijqr14.04-02>
- Anwar, A., & Putra, S. (2020). The pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menginap di hotel Travellers Suites Medan. *Juripol (jurnal institusi politeknik Ganesha ...)*, query date: 2024-02-13 20:49:41. <http://www.jurnal.polgan.ac.id/index.php/juripol/article/view/10478>
- Aulia, M., & Hidayat, I. (2017). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Amanda Brownies. *Jurnal ilmu dan riset manajemen ...*, query date: 2024-02-07 20:48:32. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/1473/1487>
- Balinda, G., & Sidiq, S. (2020). Pengaruh fasilitas terhadap keputusan menginap di Grand Rocky Hotel Bukittinggi. ... (*JOM*) *bidang ilmu sosial dan ilmu ...*, query date: 2024-02-13 20:49:41. <https://jnse.ejournal.unri.ac.id/index.php/jomfsip/article/view/26435>
- Creswell, J. W. (2002). Desain penelitian. Pendekatan kualitatif & kuantitatif. *Jakarta, KIK*, 121–280.
- Feri, S. (2018). *Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan tamu hotel menginap di Hotel Karmila Bandung*. Repositori.unpas.ac.id. <http://repositori.unpas.ac.id/33519>
- Gultom, M. B. (2023). *Pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menginap di hotel Lariz Depari Medan*. Repositori.uma.ac.id. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/20031>
- Iskandar, H. (2020). Analisis pengaruh citra merek terhadap keputusan menginap di hotel X. *Jurnal hospitality dan pariwisata*, query date: 2024-02-13 20:49:41. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/hospitality-pariwisata/article/view/2417>

- Mella, R., & Hulu, M. (2023). Pengaruh kualitas layanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menginap tamu di pada hotel aceh besar. *Bulletin of community engagement*, query date: 2024-02-13 20:49:41. <https://attractivejournal.com/index.php/bce/article/view/876>
- Renaldi, M., & Fairliantina, E. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk terhadap kepuasan tamu sebagai variable intervening keputusan menginap di hotel prasada mansion. *Nautical: jurnal ilmiah ...*, query date: 2024-02-13 20:49:41. <https://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/nautical/article/view/318>
- Sebayang, Y. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan karyawan front office department terhadap keputusan tamu menginap pada hotel pardede *Skylandsea profesional jurnal ekonomi ...*, query date: 2024-02-13 20:49:41. <https://jurnal.yappsu.org/index.php/skylandsea/article/view/142>
- Supriyanto, S., & Octafian, R. (2021). *The effect of service quality and food products on guest satisfaction at the flavor hotel citradream semarang restaurant*. 9(2).
- Tyas, D., & Supriyanto, A. (2022). Keputusan konsumen dalam memilih hotel syariah: ditinjau dari halal lifestyle, muslim friendly facilities, dan knowledge. ..., query date: 2024-02-13 20:49:41. <https://www.ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/766>
- Wijoyo, T. (2014). Pengaruh garnish coklat pada blackforest sebagai dessert terhadap kepuasan tamu di hotel graha santika semarang. *Jurnal gema wisata*, query date: 2024-02-11 19:46:56.
- Wijoyo, T. (2016). Pengaruh brand accor dan fasilitas terhadap loyalitas tamu di hotel novotel semarang. *Jurnal gema wisata*, query date: 2024-02-11 19:46:56.
- Wijoyo, T. (2023). Operasional departemen housekeeping di dalam hotel. *Badan penerbit stiepari press*, query date: 2024-02-11 19:46:56. <https://badanpenerbit.stiepari.org/index.php/stieparipress/article/view/149>
- Wijoyo, T., Maria, A., & Octafian, R. (2021). The application of cleanliness, health, safety (chs) on homestay in the new normal era. *Interdisciplinary ...*, query date: 2024-02-11 19:46:56. <https://iss.internationaljournalallabs.com/index.php/iss/article/view/19>.