

SKRIPSI

**PENERAPAN *EXCELLENT SERVICE* DAN *PERSONAL SELLING*
UNTUK MENINGKATKAN *HILTON HONORS MEMBERSHIP ENROLLMENT*
PADA HILTON BALI RESORT NUSA DUA**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana
Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan
Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali

Oleh:

NI KOMANG PUTRI ANDAYANI
NIM : 2015744173

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

SKRIPSI

**PENERAPAN *EXCELLENT SERVICE* DAN *PERSONAL SELLING*
UNTUK MENINGKATKAN *HILTON HONORS MEMBERSHIP ENROLLMENT*
PADA HILTON BALI RESORT NUSA DUA**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana
Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan
Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali

Oleh:

NI KOMANG PUTRI ANDAYANI
NIM : 2015744173

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Penerapan *Excellent Service* dan *Personal Selling* untuk Meningkatkan *Hilton Honors Membership Enrollment* pada Hilton Bali Resort Nusa Dua

2. Penulis

a. Nama : Ni Komang Putri Andayani

b. NIM : 2015744173

3. Jurusan : Administrasi Bisnis

4. Program Studi : D4 Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 12 Juli 2024

Menyetujui :

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Kasiani, SE., M.Si.
NIP. 196204211990032002



Ni Ketut Lasmini, SE., M.Agb
NIP. 196512161990032002

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENERAPAN *EXCELLENT SERVICE* DAN *PERSONAL SELLING* UNTUK
MENINGKATKAN *HILTON HONORS MEMBERSHIP ENROLLMENT* PADA
HILTON BALI RESORT NUSA DUA**

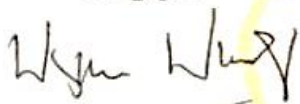
Oleh:

NI KOMANG PUTRI ANDAYANI

NIM: 2015744173

Disahkan:

Penguji I



I Wayan Wirga, SE, MBA

NIP. 196107261988111001

Ketua Tim Penguji

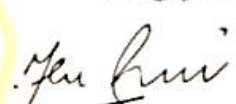


Ni Ketut Lasmini, SE.,

M.Agb.

NIP. 196512161990032002

Penguji II



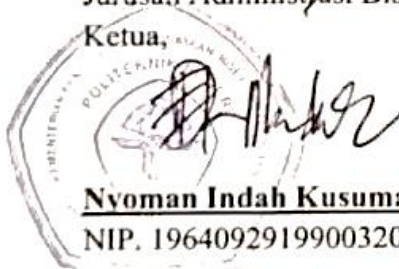
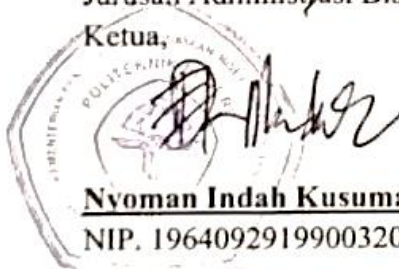
Dra. Ni Luh Putu Inten

Rumini, M.Agb.

NIP. 196210101989112001

Badung, 26 Agustus 2024

Mengetahui,
Jurusan Administrasi Bisnis
Ketua,



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA, P.D.

NIP. 196409291990032003

Prodi Manajemen Bisnis Internasional
Ketua,



Ketut Vini Elfarosa, SE, M.M

NIP. 197612032008122001

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Embrace every moment, strive for greatness”

Persembahan :

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa/Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul **“Penerapan *Excellent Service* dan *Personal Selling* untuk Meningkatkan *Hilton Honors Membership Enrollment* pada *Hilton Bali Resort Nusa Dua*”** tepat pada waktunya. Atas terselesaikannya penelitian skripsi ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.eCom., selaku Direktur Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.
3. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Politeknik Negeri Bali.
4. Bapak dan Ibu dosen pembimbing, khususnya kepada Ibu Kasiani, SE., M.Si. dan Ibu Ni Ketut Lasmini, SE., M.Agb. yang dengan senantiasa mendampingi penulis melalui berbagai proses semasa meneliti juga telah memberikan

5. berbagai dukungan, arahan, serta saran untuk membangun penulis agar tidak menyerah dalam berusaha.
6. Bapak/Ibu dosen pengajar serta para *staff* Jurusan Administrasi Bisnis yang telah membantu dan memberikan pengarahan selama penulis menuntut ilmu di Program Studi Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali.
7. Kepada Orang Tua serta keluarga yang tak henti-hentinya memanjatkan doa serta memberikan dukungan moral dan materil kepada penulis sehingga dapat menjadi anak/adik yang pekerja keras serta berkemauan tinggi untuk menyelesaikan pendidikan tinggi.
8. Kepada sahabat dan teman-teman penulis yang turut memberikan dorongan serta menemani penulis dikala sulit dan bahagia.
9. Dan untuk yang terakhir, rasa terimakasih tentu penulis persembahkan kepada diri sendiri, yang tidak pernah mengenal kata menyerah dan dengan sungguh-sungguh menyelesaikan pendidikan ini untuk menggapai cita-cita yang lebih tinggi.

Akhir kata, penulis sekali lagi mengucapkan rasa Syukur yang sedalam-dalamnya kepada Ida Sang Hyang Widhi/Tuhan Yang Maha Esa. Penulis berharap skripsi ini dapat digunakan oleh semua orang dan mampu mendatangkan manfaat bagi masyarakat sekitar dan juga bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Ni Komang Putri Andayani**
NIM : **2015744173**
Prodi/Jurusan : **D4 Manajemen Bisnis Internasional/ Administrasi
Bisnis**

Dengan ini menyatakan bahwa naskah SKRIPSI saya dengan judul:
**“Penerapan *Excellent Service* dan *Personal Selling* untuk Meningkatkan
Hilton Honors Membership Enrollment pada Hilton Bali Resort Nusa Dua”**
adalah memang benar asli karya saya.

Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah SKRIPSI ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 12 Juli 2024

Yang menyatakan,



Ni Komang Putri Andayani
NIM. 2015744173

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan excellent service dan personal selling dalam meningkatkan pendaftaran anggota Hilton Honors di Hilton Bali Resort Nusa Dua. Pendekatan kualitatif diutamakan dalam penelitian ini dengan metode observasi, wawancara mendalam dengan staf Front Office, dan analisis dokumen internal. Pendekatan kuantitatif juga digunakan dengan tujuan memperoleh data dari sisi pelanggan melalui kuesioner yang diberikan kepada 67 responden yang dipilih secara *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan excellent service oleh staf Front Office telah berjalan dengan baik, dibuktikan dengan tingginya tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Personal selling yang dilakukan secara komunikatif dan persuasif oleh staf juga terbukti efektif dalam meningkatkan pendaftaran anggota baru Hilton Honors. Data kuantitatif mendukung temuan ini dengan menunjukkan adanya peningkatan jumlah anggota baru meskipun masih terjadi fluktuasi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa kombinasi antara excellent service dan personal selling yang efektif berperan penting dalam meningkatkan pendaftaran Hilton Honors Membership. Penelitian ini memberikan rekomendasi praktis bagi Hilton Bali Resort untuk terus mengembangkan dan mengoptimalkan strategi pelayanan dan penjualan guna mencapai target pendaftaran anggota. Selain itu, temuan ini juga memberikan kontribusi teoritis sebagai referensi bagi studi manajemen perhotelan dan pemasaran layanan pelanggan di masa depan.

Kata Kunci: *Excellent Service, Personal Selling, Hilton Honors Membership, Manajemen Pemasaran, Manajemen Pelayanan*

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

This research aims to analyze the application of excellent service and personal selling in increasing Hilton Honors member registration at Hilton Bali Resort Nusa Dua. A qualitative approach was favored in this study with observation methods, in-depth interviews with Front Office staff, and internal document analysis. A quantitative approach was also used with the aim of obtaining data from the customer side through questionnaires given to 67 respondents selected by purposive sampling. The results showed that the implementation of excellent service by Front Office staff has been running well, as evidenced by the high level of customer satisfaction with the services provided. Personal selling done communicatively and persuasively by the staff also proved effective in increasing the enrollment of new Hilton Honors members. Quantitative data supports this finding by showing an increase in the number of new members although there are still fluctuations. The conclusion of this study is that the combination of excellent service and effective personal selling plays an important role in increasing Hilton Honors Membership enrollment. This research provides practical recommendations for Hilton Bali Resort to continue to develop and optimize service and sales strategies to achieve member enrollment targets. In addition, the findings also provide theoretical contributions as a reference for future studies of hospitality management and customer service marketing.

Keywords: *Excellent Service, Personal Selling, Hilton Honors Membership, Marketing Management, Service Management*

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Ida Sang Hyang Widhi Wasa/Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Penerapan *Excellent Service* dan *Personal Selling* untuk Meningkatkan *Hilton Honors Membership Enrollment* pada Hilton Bali Resort Nusa Dua”** tepat pada waktunya.

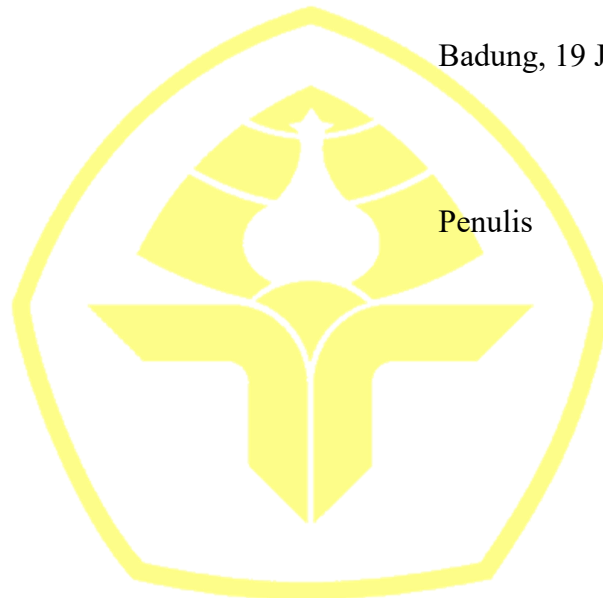
Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Diploma IV Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali. Skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya tidak terlepas dari bantuan, saran, pendapat, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.eCom., selaku Direktur Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.
3. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Politeknik Negeri Bali.

4. Bapak dan Ibu dosen pembimbing, khususnya kepada Ibu Kasiani, SE., M.Si. dan Ibu Ni Ketut Lasmini, SE., M.Agb. yang dengan senantiasa mendampingi penulis melalui berbagai proses semasa meneliti juga telah memberikan berbagai dukungan, arahan, serta saran untuk membangun penulis agar tidak menyerah dalam berusaha.
5. Bapak dan Ibu dosen penguji, yaitu Bapak I Wayan Wirga, SE, MBA dan Ibu Dra. Ni Luh Putu Inten Rumini, M.Agb. yang dengan senang hati memberikan saran dan masukan untuk perbaikan pada skripsi penulis.
6. Bapak/Ibu dosen pengajar serta para *staff* Jurusan Administrasi Bisnis yang telah membantu dan memberikan pengarahan selama penulis menuntut ilmu di Program Studi Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali.
7. Kepada Orang Tua serta keluarga yang tak henti-hentinya memanjatkan doa serta memberikan dukungan moral dan materil kepada penulis sehingga dapat menjadi anak/adik yang pekerja keras serta berkemauan tinggi untuk menyelesaikan pendidikan tinggi.
8. Kepada sahabat dan teman-teman penulis yang turut memberikan dorongan serta menemani penulis dikala sulit dan bahagia.
9. Dan untuk yang terakhir, rasa terimakasih tentu penulis persembahkan kepada diri sendiri, yang tidak pernah mengenal kata menyerah dan dengan sungguh-sungguh menyelesaikan pendidikan ini untuk menggapai cita-cita yang lebih tinggi.

Skripsi ini akan lebih sempurna jika mendapat masukan dari pembaca yang terpelajar, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak.

Badung, 19 Juli 2024



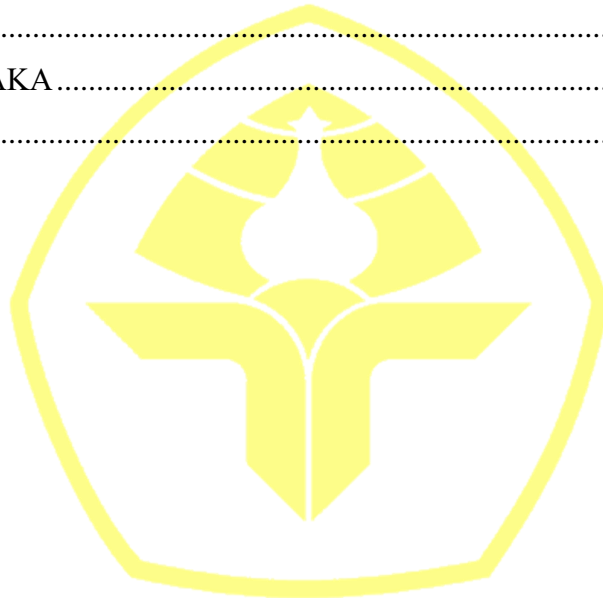
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

KULIT MUKA.....	i
JUDUL SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Praktis	11
1.4.2 Manfaat Teoritis	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Telaah Teori	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	13

2.1.2	Manajemen Pelayanan.....	15
2.1.3	Excellent Service.....	17
2.1.4	Personal Selling.....	24
2.1.5	Program Loyalitas Pelanggan.....	29
2.1.6	Loyalitas Pelanggan	29
2.1.7	<i>Front Office</i>	30
2.2	Penelitian Terdahulu	33
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis	36
BAB III METODE PENELITIAN.....		39
3.1	Lokasi Penelitian.....	39
3.2	Objek Penelitian.....	39
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	39
3.4	Populasi dan Sampel.....	41
3.4.1	Populasi.....	41
3.4.2	Sampel.....	41
3.5	Instrumen Penelitian	42
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6.1	Observasi.....	43
3.6.2	Wawancara	44
3.6.3	Metode dokumentasi.....	45
3.6.4	Triangulasi Data	45
3.7	Teknik Analisis Data	46
3.7.1	Data Kuantitatif.....	46
3.7.2	Data Kualitatif.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1	Gambaran Umum Hilton Bali Resort.....	50
4.1.1.	Sejarah Hotel	50
4.1.2.	Struktur Organisasi.....	52
4.1.3.	Bidang Usaha Hilton Bali Resort.....	63
4.1.4.	Program <i>Hilton Honors Membership</i>	70
4.2	Hasil dan Pembahasan	70

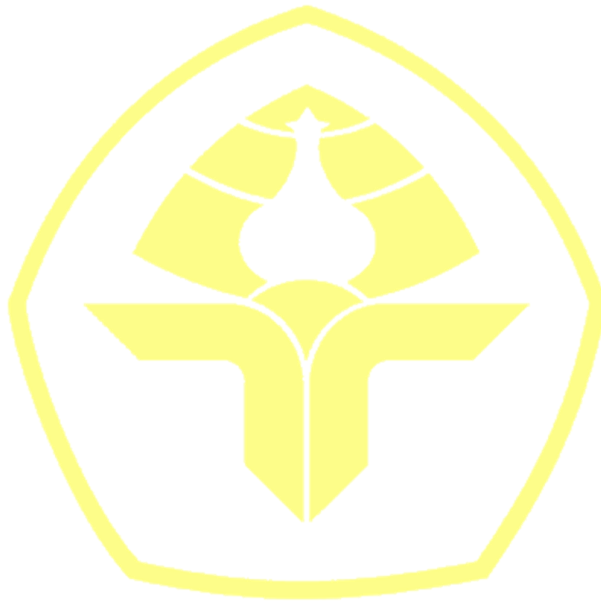
4.2.1	Penerapan <i>Excellent Service</i> di Operasional <i>Front Office</i> Hilton Bali Resort	72
4.2.2	Penerapan <i>Personal Selling</i> untuk Meningkatkan Pendaftaran Program <i>Hilton Honors Membership</i> di <i>Front Office</i> Hilton Bali Resort	87
4.2.3	Indikator Keberhasilan Penerapan <i>Excellent Service</i> dan <i>Personal Selling</i> untuk Meningkatkan Pendaftaran Program <i>Hilton Honors Membership</i> di <i>Front Office</i> Hilton Bali Resort.....	96
4.3	Implikasi Penelitian.....	102
4.3.1	Implikasi Teoritis	102
4.3.2	Implikasi Praktis	103
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		104
5.1.	Simpulan.....	104
5.2.	Saran	105
DAFTAR PUSTAKA		106
LAMPIRAN.....		110



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

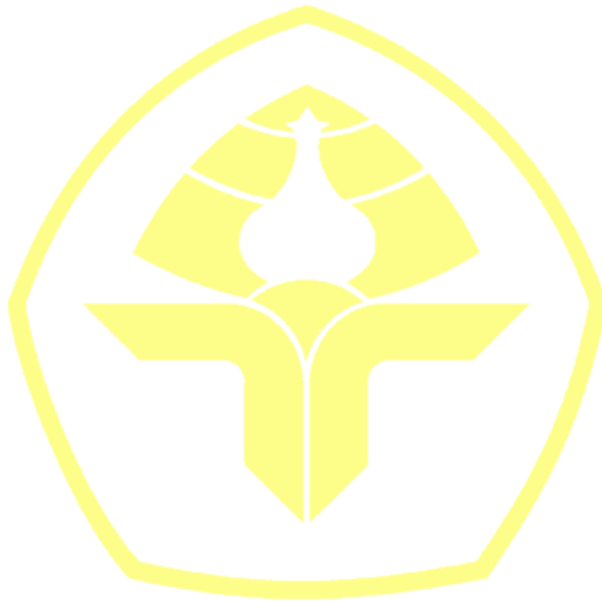
Tabel 1. 1 Hilton Honors Membership Enrollment Report Tahun 2023	2
Tabel 1. 2 Jumlah Anggota Hilton Honors Periode 2022-2023	3
Tabel 3. 1 Kriteria Penilaian Skala Likert	47
Tabel 3. 2 Interval Excellent Service dan Personal Selling	47



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	38
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan	53
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Front Office Department	59
Gambar 4. 3 Jumlah Hilton Honors Member Tahun 2022.....	97
Gambar 4. 4 Jumlah Hilton Honors Member Tahun 2023.....	98



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Proses Bimbingan Skripsi.....	111
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Wawancara.....	113
Lampiran 3 Pertanyaan Kuesioner	114
Lampiran 4 Pertanyaan Kuesioner	115
Lampiran 5 Data Kuesioner Excellent Service	116
Lampiran 6 Data Kuesioner Personal Selling	117
Lampiran 7 Hasil Pengolahan Data Kuesioner Excellent Service	118
Lampiran 8 Hasil Pengolahan Data Personal Selling	119
Lampiran 9 Dokumentasi Wawancara	120
Lampiran 10 Luaran Penelitian.....	121
Lampiran 11 Riwayat Hidup Peneliti.....	122



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Hilton Honors Membership Enrollment merupakan proses mendaftar atau registrasi diri untuk menjadi anggota program loyalitas *Hilton Honors Membership*. Program *Hilton Honors Membership* berperan penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dalam industri perhotelan yang semakin kompetitif. *Hilton Honors Membership* merupakan program loyalitas yang dikelola grup Hilton Worldwide Holdings Inc. dengan mencakup 16 merek hotel terkemuka, salah satunya adalah hotel Bintang 5 terkemuka di Nusa Dua, yaitu Hilton Bali Resort.

Dengan mendaftar sebagai anggota *Hilton Honors*, para tamu dapat memperoleh berbagai manfaat, seperti poin bonus setiap menginap, akses ke penawaran eksklusif, fleksibilitas dalam pemesanan kamar, dan kemungkinan untuk meningkatkan status keanggotaan untuk mendapatkan lebih banyak keuntungan. Setelah mendaftar, anggota akan diberikan nomor keanggotaan dan dapat mulai mengumpulkan poin bonus serta menikmati berbagai fasilitas dan promosi yang ditawarkan dari program *Hilton Honors Membership*.

Banyaknya keuntungan yang diperoleh tamu dengan bergabung pada *Hilton Honors Membership* akan mencegah pelanggan beralih ke hotel pesaing. Melalui program ini akan memudahkan manajemen hotel untuk memperluas retensi pelanggan, meningkatkan jumlah kunjungan tamu, dan tingkat hunian hotel yang pada akhirnya berpengaruh pada pendapatan hotel.

Berbagai manfaat eksklusif yang diperoleh anggota *Hilton Honors Membership* tentu membuat calon anggota merasa program ini sangat berharga dan menjadi motivasi bagi calon anggota untuk mendaftar. Namun, berbagai keuntungan menarik yang ditawarkan belum bisa membuat tingkat registrasi anggota baru pada *Hilton Honors Membership* secara stabil memenuhi target.

Tabel 1. 1 *Hilton Honors Membership Enrollment Report* Tahun 2023

Data as of: 31-Dec-23													
Select or Type your Inn Code or Region Here >>>>	DPSBA												Region SEA
KPIs/Months	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	YTD
% Enrollment Target Rate	80%	80%	80%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%	85%
Non-Hilton Honors Transient (NHHT)	939	808	829	893	769	888	924	964	966	821	737	917	10455
% Actual Enrollment of NHHT	74	78	82	94	82	84	92	86	83	92	82	82	84
# of Actual Enrollment	691	627	681	842	629	744	854	830	800	756	607	754	8815
# of Enrollment by F&B URL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Sumber: *Hilton Bali Resort*

Berdasarkan Tabel 1.1 terlihat bahwa *enrollment target rate* (target registrasi) dan *actual enrollment* of NHHT (capaian registrasi) dinyatakan dalam persen (%). Pada bulan Maret, April, Juli, Agustus, dan Oktober capaian *enrollment* memenuhi bahkan melampaui target bulanan yang ditetapkan. Sedangkan, 7 bulan sisanya yaitu, Januari, Februari, Mei, Juni, September, November, dan Desember dapat terlihat bahwa capaian *enrollment* tidak

berhasil memenuhi target. Artinya, capaian *enrollment* masih mengalami fluktuasi.

Untuk lebih jelasnya total jumlah anggota yang terdaftar pada program *Hilton Honors Membership* khusus di Hilton Bali Resort dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. 2 Jumlah Anggota *Hilton Honors* Periode 2022-2023

YEAR	MONTH	ENROLLMENT
2022	January	1180
	February	990
	March	1020
	April	926
	May	854
	June	1160
	July	940
	August	1008
	September	806
	October	753
	November	1445
	December	1278
	Total	12360
2023	January	691
	February	627
	March	681
	April	842
	May	629
	June	744
	July	854
	August	830
	September	800
	October	756
	November	607
	December	754
	Total	8815
TOTAL KESELURUHAN		21175

Sumber: Hilton Bali Resort

Berdasarkan tabel 1.2 dinyatakan bahwa total jumlah anggota yang sudah terdaftar pada *Hilton Honors Membership* per tahun 2023 adalah sejumlah 21.175 (Dua Puluh Satu Ribu Seratus Tujuh Puluh Lima) anggota.

Sebagai upaya untuk memenuhi target registrasi *Hilton Honors Membership*, diperlukan penerapan *excellent service* dan *personal selling* yang baik. Pemberian *excellent service* atau pelayanan prima dalam operasional Hilton Bali Resort yang berorientasi pada kepentingan pelanggan diharapkan dapat menciptakan kedekatan antara hotel dan pelanggan. Dimana hal ini akan mempengaruhi perilaku pelanggan dalam melakukan keputusan menginap maupun membeli produk hotel yang ditawarkan.

Namun, masih ada hambatan atau kendala yang menjadi alasan bagi calon anggota untuk menunda pendaftaran sebagai anggota *Hilton Honors Membership*. Kendala tersebut adalah calon anggota merasa proses pendaftaran terlalu rumit atau memakan waktu, sehingga mengurungkan niat mereka untuk bergabung.

Dari pengamatan yang dilakukan penulis selama mengikuti praktik kerja lapangan di Hilton Bali Resort, capaian registrasi program yang fluktuatif disebabkan oleh staf di *Front Office* seringkali melewatkan promosi atau penawaran kepada tamu mengenai program *Hilton Honors Membership* saat proses *check-in*.

Untuk meminimalisir penumpukan antrian, resepsionis tidak bisa menghabiskan waktu yang lama dalam melayani satu tamu. Kecepatan sangat diperlukan dalam operasional di *Front Office* karena bagian ini dituntut untuk memberikan *excellent service*. Selanjutnya, tamu yang merasa proses pendaftaran menghabiskan waktu yang lama disebabkan oleh prosedur yang harus dilalui, yaitu memberikan informasi data pribadi yang cukup banyak, seperti email, nomor telepon, detail reservasi, dan sebagainya.

Tamu yang datang ke Hilton Bali Resort bukan hanya tamu individu atau keluarga. Seringkali tamu yang datang adalah grup yang memiliki kepentingan untuk menginap. Saat proses *check-in* dalam kelompok besar (grup) akan ada agen yang mengurus proses *check-in* anggota grup. Artinya, proses *check-in* dilakukan secara bersamaan. Untuk itu memperoleh data email perorangan menjadi sangat sulit.

Hilton Bali Resort dalam setiap kegiatan operasionalnya selalu menekankan prinsip *excellent service*. *Excellent service* merupakan suatu upaya memberikan pelayanan terbaik dari hotel kepada pelanggan dengan tujuan membuat pelanggan merasa puas dan terkesan. *Excellent service* mengacu pada memberikan layanan yang melebihi harapan pelanggan dalam semua aspek interaksi antara staf hotel dan pelanggan, mulai dari komunikasi, kecepatan respons, kualitas produk atau layanan, hingga sikap dan perilaku staf.

Tujuan utama dari *excellent service* adalah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan dan membangun hubungan yang kuat dan saling menguntungkan. Dalam jangka panjang, komitmen terhadap pelayanan prima

dapat menjadi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, membantu hotel untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang di pasar yang kompetitif. (Maulyan et al., 2022).

Sebagai upaya memastikan nilai *excellent service* tersampaikan dengan baik kepada tamu, setiap harinya sebelum mengawali pekerjaan akan dilakukan pengarahan singkat (*briefing*) yang mengevaluasi nilai kepuasan tamu selama menginap di Hilton Bali Resort. Dalam *briefing* ini, para pimpinan yang bertugas akan mengingatkan para staf untuk selalu memaksimalkan pelayanan, mulai dari penyambutan tamu, proses *check-in*, proses mengantar tamu sampai ke kamar hotel, pelayanan tamu selama menginap, penanganan terhadap keluhan atau permintaan tamu, sampai akhirnya tamu *check-out*.

Pelaksanaan *excellent service* di Hilton Bali Resort akan memberikan dampak positif yang luas dan signifikan. Tamu akan cenderung tetap setia dengan berkunjung dan menginap kembali (*repeater guest*), serta membantu memperluas basis pelanggan melalui *word-of-mouth* dengan berbagi pengalaman positif kepada teman, keluarga, dan rekan kerja. Pelanggan yang puas dapat meningkatkan reputasi hotel melalui ulasan dan testimoni di media sosial, sehingga dapat menarik minat pelanggan baru.

Selain dituntut untuk memberikan *excellent service* dalam melakukan pekerjaannya, staf di Hilton Bali Resort juga harus mengetahui *event*, produk, maupun program yang dimiliki hotel agar para staf bisa membantu mempromosikannya. Kegiatan promosi bukan hanya tugas dari staf bagian *Sales & Marketing*, melainkan juga tugas semua staf di Hilton Bali Resort.

Artinya, masing-masing individu terutama staf di bagian yang sering berinteraksi langsung dengan tamu harus memiliki kemampuan menjual.

Kegiatan melakukan promosi penjualan secara individu atau perseorangan disebut dengan *personal selling*. Lebih jelasnya, *personal selling* adalah kegiatan promosi yang dilakukan secara tatap muka dan lisan antara penjual dan calon pelanggan. Metode ini memungkinkan penjual untuk berinteraksi langsung dengan calon pelanggan dan menciptakan komunikasi dua arah yang efektif. (Julitawaty et al., 2020).

Tujuan utama dari *personal selling* adalah untuk meyakinkan calon konsumen mengenai manfaat dan keunggulan produk atau layanan yang ditawarkan. Selain itu, penjual juga dapat memberikan informasi yang mendetail dan relevan, membantu calon pelanggan memahami bagaimana produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan atau menyelesaikan masalah mereka.

Melalui *personal selling*, penjual dapat membangun hubungan yang lebih personal dan mendalam dengan calon pelanggan, serta meningkatkan kepercayaan dan loyalitas mereka. Interaksi langsung ini juga memberi penjual kesempatan untuk menanggapi pertanyaan dan kekhawatiran calon pelanggan, sehingga dapat lebih efektif dalam mengatasi hambatan pembelian. Dengan demikian, *personal selling* tidak hanya berfokus pada penjualan langsung, tetapi juga pada menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara penjual dan pelanggan.

Kegiatan *personal selling* biasa terjadi pada operasional di Hilton Bali Resort. Oleh karena itu, staf harus memiliki kemampuan *personal selling* yang baik untuk membantu menjual produk dan layanan hotel. Kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh staf di Hilton Bali Resort dapat dilihat dari staf yang bertugas di *lobby* menawarkan kepada tamu yang lewat terkait dengan *event* yang diadakan dan menu yang dijual di restoran hotel.

Selain itu, kegiatan *personal selling* dapat dilihat juga dari staf *Concierge* yang menawarkan layanan antar jemput milik hotel kepada para tamu yang akan *check-out*. *Concierge* staf akan berusaha membantu para tamu untuk mendapatkan transportasi sesuai dengan kebutuhan tamu.

Dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh Hardiyanti et al., (2021) menyebutkan bahwa dengan adanya *excellent service* serta promosi melalui *personal selling* yang komunikatif dan memahami kebutuhan pelanggan akan membuat pembeli menjadi loyal.

Melalui kemampuan *personal selling* dapat membantu resepsionis dalam melakukan proses penawaran program *Hilton Honors Membership*, sehingga tercapainya keputusan akhir tamu untuk bergabung menjadi anggota.

Sebagai landasan untuk mencapai *excellent service* yang baik maka diperlukan layanan pelanggan (*customer service*) yang efektif. Tujuan utama dari layanan pelanggan adalah mencapai kepuasan pelanggan. Ini melibatkan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan serta berusaha memenuhi atau melebihi harapan mereka.

Perlu diketahui bahwa *personal selling* erat kaitannya dengan elemen promosi yang terdapat pada 4P, yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Promosi, sebagai salah satu dari 4P, merupakan bagian penting yang mencakup berbagai kegiatan seperti iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan *personal selling*. Dengan demikian, *personal selling* menjadi salah satu aspek yang penting dalam untuk mencapai tujuan yang dimiliki Hilton Bali Resort, yang dalam konteks penelitian ini adalah untuk meningkatkan capaian *Hilton Honors Membership Enrollment*.

Dari data dan realita yang terjadi di lapangan dapat dilihat bahwa capaian pendaftaran program *Hilton Honors* belum secara stabil memenuhi target yang ditetapkan.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis tertarik untuk memahami secara mendalam bagaimana penerapan *excellent service* dan *personal selling* yang dilakukan oleh staf *Front Office* terkhusus resepsionis di Hilton Bali resort dalam meningkatkan capaian pendaftaran *Hilton Honors Membership*, yang pada akhirnya menghasilkan judul penelitian, yaitu **“Penerapan *Excellent Service* dan *Personal Selling* untuk Meningkatkan *Hilton Honors Membership Enrollment* pada Hilton Bali Resort Nusa Dua”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya dapat dirangkum pokok permasalahan yang dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana penerapan *excellent service* di operasional *Front Office* Hilton Bali Resort?

- 2) Bagaimana penerapan *personal selling* untuk meningkatkan capaian registrasi anggota baru program Hilton Honors Membership di *Front office* Hilton Bali Resort?
- 3) Bagaimana indikator keberhasilan penerapan *excellent service* dan *personal selling* untuk meningkatkan capaian registrasi anggota baru program *Hilton Honors Membership* di *Front office* Hilton Bali Resort?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas, yaitu:

- 1) Untuk mengetahui penerapan *excellent service* di operasional *Front Office* Hilton Bali Resort
- 2) Untuk mengetahui penerapan *personal selling* untuk meningkatkan capaian registrasi anggota baru program *Hilton Honors Membership* di *Front office* Hilton Bali Resort.
- 3) Untuk mengetahui indikator keberhasilan penerapan *excellent service* dan *personal selling* untuk meningkatkan capaian registrasi anggota baru program *Hilton Honors Membership* di *Front office* Hilton Bali Resort.

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis dan teoritis.

1.4.1 Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman serta pengalaman bagi penulis tentang bagaimana menerapkan proses pelayanan sesuai indikator pelayanan prima dan menerapkan bauran promosi *personal selling* khususnya dalam bidang *Front office*.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan dan informasi bagi Hilton Bali Resort dalam meningkatkan pendaftaran Hilton Honors dengan penerapan *excellent service* dan *personal selling*.

c. Bagi Politeknik Negeri Bali

Untuk menambah sumber referensi di perpustakaan yang dapat dijadikan sebagai panduan bagi mahasiswa Politeknik Negeri Bali yang berencana mengangkat topik yang serupa.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Berfungsi sebagai sumber informasi tambahan mengenai peningkatan capaian pendaftaran program loyalitas pelanggan serta dapat digunakan sebagai referensi teoritis untuk penelitian serupa di masa mendatang.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini dapat disusun secara teratur, maka materi dalam laporan skripsi ini harus diorganisir menjadi beberapa sub-bab dengan penyampaian yang sistematis, sebagaimana diuraikan berikut ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berfungsi sebagai pengantar yang membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mencakup landasan teoritis yang diterapkan dalam penelitian ini, rangkuman penelitian sebelumnya, dan kerangka teoritis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode penelitian yang diterapkan, seperti tempat penelitian, obyek penelitian, sumber data, jenis data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, jadwal penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjabarkan secara rinci hasil yang di dapat dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merangkum kesimpulan dari keseluruhan penelitian dan saran yang diberikan oleh penulis dari hasil penelitian yang didapat.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penerapan *excellent service* dan *personal selling* di Hilton Bali Resort, maka dapat diambil simpulan, yaitu:

1. Penerapan *excellent service* secara keseluruhan sudah baik dalam hal *ability, attitude, appearance, attention, action, dan accountability*. Staf *Front Office* Hilton Bali Resort menunjukkan komitmen kuat terhadap pelayanan unggul, dengan fokus pada pemahaman produk, sikap proaktif, penampilan profesional, perhatian terhadap kebutuhan tamu, tindakan konsisten, dan tanggung jawab. Mereka menjaga standar layanan yang tinggi dan konsisten.
2. Penerapan *personal selling* dalam menarik minat tamu untuk mendaftar *Hilton Honors Membership* sudah dilakukan dengan baik. Melalui pendekatan yang terfokus pada *salesmanship*: menjual manfaat keanggotaan, *negotiating*: menangani keraguan tamu dengan baik, dan *relationship marketing*: membangun hubungan jangka panjang.

3. Indikator keberhasilan penerapan *excellent service* dan *personal selling* di Hilton Bali Resort sudah dilakukan dengan baik. Staf menunjukkan komitmen kuat dalam memberikan pelayanan unggul dan menarik minat tamu.

5.2.Saran

Dari hasil penelitian dan simpulan di atas, peneliti akan memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi manajemen atau hotel Hilton Bali Resort serta bagi peneliti selanjutnya.

1. Pihak manajemen hotel sebaiknya memastikan bahwa staf memiliki pemahaman dan pengetahuan yang cukup tentang informasi hotel untuk mencegah kesalahan dalam penyampaian informasi kepada tamu. Hal ini juga dapat mengurangi pertanyaan yang berulang dari staf kepada *leader*, sehingga mengurangi waktu tunggu tamu. Pihak manajemen *Front Office* juga perlu membuat acuan yang sama dalam melakukan pendekatan *personal selling* terkait program *Hilton Honors Membership* kepada tamu. Ini dapat dilakukan dengan membuat pedoman tertulis tertulis terkait cara mereka mengkomunikasikan program *Hilton Honors Membership* kepada tamu dan FAQ terkait pertanyaan yang sering ditanyakan staf kepada *leader*.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, T. 2023. *Personal Selling & Salesmanship*. PNJ Press.
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Ismail, R. S., Putra, D. S., Utama, A. M., Syahputra, S., & Bancin, J. B. B. (2023). Manajemen Pemasaran. In Repository.Penerbitwidina.Com. CV Widina Media Utama. <https://repository.penerbitwidina.com/publications/560444/manajemen-pemasaran>
- Asmarasari, D. T., Dewi Muftian, R., Diyanto, T., Dewobroto, W. S., Nusantara, U. B., & Podomoro, U. A. (2020). Pengaruh Digital Loyalty Program Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Tokopedia. In *Jurnal Pemasaran Kompetitif* (Vol. 4, Issue 1). <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>
- Atmoko, T. P. H., & Widyaningsih, H. (2023). Standarisasi Pelayanan *Front Office* Untuk Meningkatkan Kepuasan Tamu di Hotel Cavinton Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata*, 10(2), 100–106. <https://doi.org/10.31294/par.v10i2.15948>
- Curatman, A., & Suroso, A. (2020). *Program Loyalitas Pelanggan*. Deepublish.
- Damayanthi, K. M., & Susanti, L. E. (2023). Analisis Penerapan *Excellent service Front office* untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2(9), 2067–2072. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i9.545>
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish.
- Feny Rita Fiantika, Wasil, M., Sri Jumiyati, Leli Honesti, Sri Wahyuni, Mouw, E., Jonata, Imam Mashudi, Nur Hasanah, Maharani, A., Kusmayra Ambarwati, Resty Noflidaputri, Nuryami, & Wresponden 3, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (pp. 58–59). Get Press.
- Hardani dkk, Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. CV. Pustaka Ilmu, Yogyakarta
- Hardiyanti, G., Anggriani, I., & Indriasari, N. (2021). Personal Selling and Service Relationship with Customer Loyalty in Ud. Successindo Bengkulu. *BIMA Journal (Business, Management, & Accounting Journal)*, 2(2), 110–122. <https://doi.org/10.37638/bima.2.2.110-122>

- Hasan, F. K., & Andini, S. E. 2024. *Buku Ajar Pelayanan Prima di Era Digital*. Widina Media Utama.
- Hotels in Indonesia - Find Hotels - Hilton*. (2024).
https://www.hilton.com/en/locations/indonesia/?WT.mc_id=zLADA0ID1MB2PSH3BNG4INTCRB5dkt6MULTIBR7en_&epid
- Husaini, F. Happy. (2019). Manajemen Kepemimpinan pada Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan* Vol. 4 No.1.
- Iwan Hermawan. (2019). Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method). Hidayatul Quran.
<https://books.google.co.id/books?id=Vja4DwAAQBAJ>
- Jamaludin, A., Widiarto, T., Mashita, J., & Aldi, M. (2023). Pengaruh Kecepatan Pengiriman dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen PT Sicepat Ekspres Jatisampurna Bekasi. *Sosio E-Kons*, 15(3), 275.
<https://doi.org/10.30998/sosioekons.v15i3.20801>
- Julitawaty, W. (2020). Pengaruh *Personal Selling* dan Promosi Penjualan Terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor Pt. Mega Anugrah Mandiri. *Jurnal Bisnis Kolega*, 6(1).
- Kotler, P., Dan G. Amstrong (2022). *Principles Of Marketing* (16th Ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P. dan Keller. K. L., (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tigabelas Jilid 1*. Erlangga, Jakarta
- Kristiawan, M., Nizarani., & Syamsidar. (2019). Role of School on Forming Character of Z-Generation Through Entrepreneurial Skills. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 8(10).
- Madiistriyatno, dan Setiawan, M. (2021). Analisa Pelayanan Prima *Front office* Di Opi Indah Hotel Palembang. *Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Politeknik Pariwisata Palembang*.
- Manajemen Pemasaran. In repository.penerbiteureka.com. Eureka Media Aksara.
<https://repository.penerbiteureka.com/publications/558183/manajemen-pemasaran>
- Marsyaf, A., Dan A. J. Zebua. (2022). Pengaruh Salesmanship Terhadap Minat Beli Mobil Toyota Avanza Pada Pt. Agung Toyota Pal 10 Kota Jambi. *Jurnal Development Pissn: 2338-6746* Vol.10 No.1.
- Maulanasari, A. R., & Asshofi, I. U. A. (2021). Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan *Front office* Di Hotel Grasia Semarang. *Uncle (Undergraduate Conference on Language, Literature, and Culture)*, 1(1).
<https://publikasi.dinus.ac.id/index.php/uncle/article/view/5089/2431>

- Maulyan, F. F., Yuniati Drajat, D., Angliawati, R. Y., & Sandini, D. (2022). Pengaruh Service Excellent Terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan: Theoretical Review. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 8–17. <https://doi.org/10.51977/jsm.v4i1.660>
- Nurlia. (2019). Pengaruh Struktur Organisasi Terhadap Pengukuran Kualitas Pelayanan (Perbandingan Antara Ekspektasi /Harapan Dengan Hasil Kerja). *Meraja Journal*, 2(2). <https://media.neliti.com/media/publications/284699-pengaruh-struktur-organisasi-terhadap-pe-1ea03fb3.pdf>
- Oktaviansyah, R. R. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Service Excellence Terhadap Kepuasan Pelanggan Java Paragon Hotel and Residence. *Jurnal Riset dan Manajemen Vol. 9 No. 11*.
- Panjaitan, R. (2018). Manajemen Pemasaran. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1–122. <https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/233/262>
- Paramitha, P. A. S., Dan I. N. Winia, Dan N. L. E. Armoni. (2022). Implementation Of *Excellent Service by Front Office Department to Increase Guest Satisfaction at Kayumanis Jimbaran Private Estate and Spa*. *Jurnal Terapan Pariwisata Vol. 7 No.2*.
- Pazla, R., & Kevin, P. 2023. *Service Excellent untuk Bisnis Anda*. CV. Eureka Media Aksara.
- Puspaningrum, A. (2021). *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Putri, D. R. (2022). Implementasi Service Excellence Oleh *Front office* Pada Saat Pandemi Covid-19 di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Rachmad, Y. E., Sudiarti, S., Turi, L. O., Fajariana, D. E., Kisworo, Y., Suryawan, R. F., Tanadi, H., Kusnadi, K., Susilawati, E., Yusran, R. R., Juminawati, S., Sukrisno, A., & Kutoyo, M. S. (2022). Manajemen Pemasaran. In repository.penerbiteureka.com. Eureka Media Aksara. <https://repository.penerbiteureka.com/publications/558183/manajemen-pemasaran>
- Rahayu, R. A., dan K. Ratnasari. (2023). Pengaruh *Personal Selling* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Meeting Package Di the Acacia Hotel Jakarta. Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (Snpk).
- Ratminto, Shabrina, F., Yusuf, R. R., Lutfi, Wahyuni, S., & Apriyanti, S. (2018). *Pelayanan Prima*. UGM PRESS.
- Ristiani, I. Y. (2020). Manajemen Pelayanan Publik Pada Mall Pelayanan Publik di Kabupaten Sumedang Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Vol. 11 No. 2*.

- Rudiyan, & Arsyad, S. (2021). Quality of Receptionist Services in Handling Check-In Guests at Hotel Cresponden 3sima Palembang. *Proceedings of the Vocational Research Results Seminar (Semhavok)*, 3(1), 73-77. <https://conference.binadarma.ac.id/index.php/semhavok/article/view/2249/755>
- Sagala, A. E. (2023). Optimalisasi Kualitas Pelayanan Front Office Department Di Masa New Normal Terhadap Kepuasan Tamu: Studi Kasus: The Royal Surakarta Heritage MGallery by Sofitel. *Nawasena: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 2(2), 29–35. <https://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/nawasena/article/view/791/792>
- Sinulingga, N. A. B., & Sihotang, H. T. (2021). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori (Vol. 1)*. Iocs Publisher.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: (pendekatan kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*. Alfabeta.
- Sumitra, E. dan Nellyaningsih. (2020). The Effect of *Personal selling* On the Decision to Purchase Meeting Package at Aston Pasteur Bandung Hotel In 2020. *E-Proceeding of Applied Science: Vol.6, No.2*.
- Susanti, Y. A., & Oktafia, R. (n.d.). *Implementasi Pelayanan Prima Dalam Upaya Peningkatan Kepuasan Customer Pada Hotel Walan Syariah Sidoarjo*. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqasid>
- Sutrisno, G. Ristiani, R., & Masneno, M. K. (2024). Customer Experience dan Customer Engagement Sebagai Prediktor Loyalitas Pelanggan: Peran Kepuasan Pelanggan Sebagai Pemediasi. *Journal of Communication Education*, 18(1), 53–63. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v18i1.365>
- Syafrida Hafni Sahir. (2021). *Metodologi Penelitian* (p. 30). Penerbit KBM Indonesia.
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 10(2), 146. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i2.712>