

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN SPA DI HOTEL THE LEGIAN BALI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Putu Tania Riska Dewi

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN SPA DI HOTEL THE LEGIAN BALI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Putu Tania Riska Dewi
Nim 2115834166**

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SPA DI HOTEL THE LEGIAN BALI

**Skripsi ini diusulkan sebagai salah satu syarat untuk menyusun
skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata
di Politeknik Negeri Bali**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Putu Tania Riska Dewi
Nim 2115834166**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2025**

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa / Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Spa Di Hotel The Legian Seminyak Bali” tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah menjadi salah satu syarat kelulusan dari program Sarjana Terapan D4 Manajemen Bisnis Pariwisata. Pada kesempatan yang baik ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moral atau pun materi sehingga skripsi ini dapat selesai. Ucapan terimakasih penulis tujukan kepada :

1. Bapak I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, S.ST.Par., M.Par. selaku Ketua Jurusan Pariwisata sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu senggang untuk membimbing saya, memberi dukungan moril, serta banyak memberikan arahan, motivasi dan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
3. Ibu Putu Tika Viginiya, S.Pd., M.Pd. selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata yang telah memberikan arahan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
4. Bapak Dr. Made Satria Pramanda Putra, S.H., S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Pariwisata yang telah

memberikan pengarahan, bimbingan, serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

5. Ida Ayu Elistyawati, A.Par., M. Par. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu senggang untuk membimbing saya, memberi dukungan moril, memberikan arahan, motivasi dan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
6. Bapak dan Ibu dosen pengajar beserta staf pegawai di Jurusan Pariwisata yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta bantuan dan pelayanan yang baik selama ini atas keperluan penulis di Jurusan Pariwisata.
7. Orang tua dan teman-teman yang selalu memberikan kasih sayang dan doa yang tidak pernah putus dan selalu memberikan dukungan, motivasi serta memberikan fasilitas dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat yang telah menjadi teman seperjuangan penulis, yang selalu memberikan dukungan, semangat dan memberikan fasilitas dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang masih penulis miliki. Oleh karena itu, Penulis berharap Skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak dan penelitian selanjutnya. Sekian dan terima kasih.

Penulis

Putu Tania Riska Dewi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Spa di Hotel The Legian Seminyak Bali. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada kontribusi pendapatan dari Departemen Spa yang konsisten menduduki peringkat ketiga tertinggi setelah kamar dan Food & Beverage. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 83 responden yang merupakan pelanggan Spa. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang diukur melalui lima dimensi SERVQUAL yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, sedangkan variabel dependen adalah loyalitas pelanggan. Analisis data dilakukan dengan regresi linier sederhana menggunakan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dimensi yang paling dominan dalam mempengaruhi loyalitas adalah responsiveness (daya tanggap). Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan secara keseluruhan, khususnya dalam hal daya tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di Spa Hotel The Legian.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Spa, The Legian Bali, SERVQUAL.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on customer loyalty at the Spa of The Legian Hotel Seminyak Bali. The background of this research is based on the revenue contribution from the Spa Department, which consistently ranks third highest after Rooms and Food & Beverage. This research uses a quantitative approach with data collected through questionnaires distributed to 83 respondents who were Spa customers. The independent variable is service quality measured by five SERVQUAL dimensions: tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, while the dependent variable is customer loyalty. Data analysis was conducted using simple linear regression with SPSS software. The results show that service quality has a positive and significant effect on customer loyalty. The most dominant dimension influencing loyalty is responsiveness. These findings indicate that improving overall service quality, especially in terms of responsiveness to customer needs, can enhance customer loyalty at The Legian Hotel Spa.

Keywords: Service Quality, Customer Loyalty, Spa, The Legian Bali, SERVQUAL

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Landasan Teori.....	5
2.2 Kualitas Pelayanan	8
2.3 Loyalitas Pelanggan	11
2.4 Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan	14
2.5 Penelitian Terdahulu.....	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Lokasi dan Periode Penelitian	19
3.2 Objek Penelitian	19
3.3 Definisi Operasional Variabel	19
3.4 Identifikasi Variabel.....	21
3.5 Jenis dan Sumber Data	22

3.5.1 Jenis Data	22
3.5.2 Sumber Data	23
3.6 Penentuan Populasi dan Sampel.....	24
3.6.1 Populasi	24
3.6.2 Sampel	24
3.7 Pengumpulan Data	25
3.8 Analisis Data	27
3.8.1 Deskriptif Kuantitatif	27
3.8.2 Uji Instrumen Penelitian.....	28
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	29
3.8.4 Analisis Koefisien Korelasi Sederhana	32
3.8.5 Analisis Regresi Linear	34
3.8.6 Koefisien Determinasi (R^2)	36
BAB IV PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	37
4.1.1 Sejarah Singkat Hotel The Legian Bali	38
4.1.2 Fasilitas Hotel	39
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Karakteristik Responden.....	51
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	64
4.2.4 Uji Koefisien Korelasi Sederhana	70
4.2.5 Uji Regresi Linear.....	72
4.2.6 Uji Koefisien Determinasi	75
4.3 Pembahasan	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel	20
Tabel 3.2 Tabel Penilaian.....	24
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien korelasi Nilai r	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur (Tahun).....	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Negara Asal	56
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Tertinggi Setiap Dimensi	83

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Spa di Hotel The Legian Seminyak	45
Gambar 4.3 Hasil P-Plot Uji Normalitas.....	66
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas dengan <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	66
Gambar 4.5 Hasil Uji Linearitas	68
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Gambar 4.7 Grafik Scatterplot	70
Gambar 4.8 Hasil Uji Koefisien Korelasi Sederhana.....	71
Gambar 4.9 Hasil Uji T	73
Gambar 4.10 Hasil Uji F	74
Gambar 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	76



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner	96
Lampiran 2. Responden Penelitian	99
Lampiran 3. Hasil Uji SPSS.....	101
Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian.....	111



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

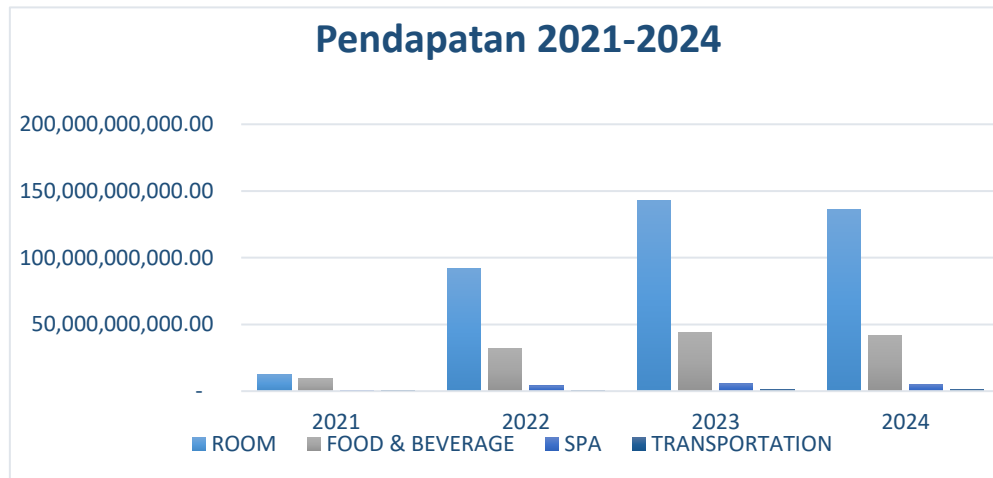
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Hotel merupakan suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus (Insani, 2020). Adapun salah satu hotel bintang lima yang menjadi *favorite* bagi wisatawan di Bali yaitu hotel The Legian yang berlokasi di area pantai Petitenget. The Legian ini menyediakan berbagai macam fasilitas yang bisa digunakan bagi wisatawan yang datang ke hotel tersebut. Hotel The Legian merupakan salah satu akomodasi yang bertempat di Jalan Kayu Aya, Seminyak, Bali.

Hotel The Legian Bali ini merupakan hotel berbintang yang juga menyediakan berbagai fasilitas menarik yang ada di kawasan area Petitenget Seminyak. Pihak manajemen Hotel The Legian berupaya untuk menyediakan sumber daya manusia dan fasilitas yang lengkap. Salah satu Departemen yang ada di hotel tersebut yaitu *Departemen Front Office, Departemen Housekeeping, Departemen Engineering, Departemen Food & Beverage, Departemen Wellness* dan beberapa Departemen lainnya dengan tugas masing-masing yang berperan mendukung bagi operasional hotel.



Sumber : Data Accounting Pendapatan The Legian Bali dari 2021 sampai 2024

Dari data yang ada beberapa departemen memiliki posisi yang baik dalam penjualan di Hotel. Posisi pertama didapat dari penjualan Kamar, posisi ke-dua didapat dari departemen *Food & Beverage* dan departemen Spa mendapatkan posisi ke-tiga dalam tingkat penjualan tertinggi di Hotel The Legian. *Wellness* departemen menjadi salah satu sumber pendapatan terbesar ketiga setiap tahunnya dan dari data berikut bisa disimpulkan bahwa Spa merupakan salah satu departemen yang memiliki tingkat penjualan tertinggi ke-tiga di Hotel The Legian. Melalui data yang sudah ada dapat dikatakan bahwa departemen Spa sudah berhasil konsisten dalam posisi ke-tiga pada pendapatan departemen tertinggi di Hotel The Legian. Dengan adanya data tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas tamu guna untuk meningkatkan posisi departemen Spa sebelumnya. Dari uraian tersebut maka peningkatan posisi departemen Spa menjadi topik masalah, sehingga menjadi rumusan masalah penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Spa Di Hotel The Legian”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dalam penelitian ini, penulis merumuskan permasalahan yang dibahas, yaitu :

1. Bagimanakah tingkat kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Spa di Hotel The Legian?
2. Dimensi dari kualitas layanan manakah yang bisa menjadi fokus utama dari loyalitas pelanggan pada *Wellness* Departemen?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Spa di Hotel The Legian.
2. Untuk mengetahui dimensi dari kualitas manakah yang bisa menjadi fokus utama dari loyalitas pelanggan pada *Wellness* Departemen.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat loyalitas dan kepuasan tamu terhadap pelayanan Spa di Hotel The Legian berdasarkan salah satu dimensi dari *service quality* yaitu ketanggapan (*responsiveness*). Penelitian ini memiliki beberapa manfaat yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Untuk meningkatkan pemahaman, pengetahuan dan pengalaman tentang pengaruh kualitas pelayanan bagi loyalitas tamu di Hotel The Legian.

2. Manfaat Praktis :

1) Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan bagi mahasiswa yang membutuhkan pengetahuan yang sama dengan penelitian ini dan dapat mempermudah bagi mahasiswa yang ingin meneliti lebih dalam mengenai topik yang sama.

2) Manfaat bagi Manajemen Hotel The Legian

Hasil penelitian sebagai bahan masukan bagi peningkatan pelayanan yang berkualitas dalam rangka meningkatkan kepuasan bagi tamu hotel yang datang ke Spa The Legian.

3) Bagi Penulis

Manfaat dari adanya penelitian ini adalah bertambahnya wawasan dan pengetahuan penulis terkait kualitas layanan untuk kepuasan tamu yang bisa digunakan penulis sebagai pengalaman bermanfaat untuk waktu yang lama.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Tingkat kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Spa di Hotel The Legian menunjukkan adanya hubungan positif antara persepsi pelanggan terhadap layanan dengan tingkat loyalitas mereka. Hasil uji korelasi sederhana menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,308, sementara hasil regresi menghasilkan nilai koefisien sebesar 0,43, yang menunjukkan bahwa meskipun hubungan tersebut berada pada kategori sedang atau cenderung lemah, kualitas pelayanan tetap memberikan kontribusi terhadap terbentuknya loyalitas pelanggan. Pelanggan cenderung akan kembali jika merasa puas dengan aspek-aspek seperti keramahan staf, kebersihan ruangan, ketepatan jadwal pelayanan, serta profesionalisme terapis. Dalam Hotel The Legian yang mayoritas pelanggannya merupakan wisatawan mancanegara terlihat dari data karakteristik responden bahwa sebagian besar berasal dari luar negeri, persepsi terhadap kualitas pelayanan menjadi semakin krusial. Wisatawan asing biasanya membawa ekspektasi yang tinggi terhadap standar layanan, karena mereka terbiasa menerima pelayanan yang cepat, presisi, dan higienis di negara asal mereka. Kebutuhan akan kenyamanan dan kepercayaan pada tenaga terapis yang kompeten menjadikan standar layanan sebagai tolok ukur utama mereka dalam

menilai sebuah pengalaman spa. Jika layanan tidak memenuhi harapan tersebut, kecenderungan untuk berpindah ke penyedia lain lebih besar. Sebaliknya, ketika mereka merasakan kualitas yang memenuhi bahkan melebihi ekspektasi, loyalitas cenderung terbentuk dan diperkuat. Keunikan selera dan ekspektasi dari tamu internasional ini menjelaskan mengapa kualitas pelayanan, meskipun bukan satu-satunya faktor, tetap memiliki pengaruh nyata terhadap loyalitas pelanggan spa di Hotel The Legian.

2. Berdasarkan hasil analisis terhadap lima dimensi SERVQUAL, diketahui bahwa dimensi *reliability*, *assurance*, dan *responsiveness* merupakan tiga dimensi utama yang paling mendukung terbentuknya loyalitas pelanggan Spa di Hotel The Legian, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai korelasi (*r-hitung*) tertinggi dalam uji validitas. Dimensi *reliability* (keandalan) muncul sebagai faktor paling dominan dengan nilai korelasi sebesar 0,633 pada indikator X2.5, yaitu “karyawan memiliki kecakapan dalam bertugas”. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa lebih loyal ketika mereka mendapatkan layanan yang konsisten, akurat, serta sesuai dengan informasi awal yang diberikan, seperti kejelasan harga, jenis perawatan, dan hasil layanan. Profesionalisme dan keandalan staf menjadi fondasi utama kepercayaan pelanggan. Selanjutnya, dimensi *assurance* (jaminan) turut berperan penting dengan nilai korelasi 0,598 pada indikator X4.2, yaitu “customer merasa aman pada saat perawatan berlangsung”. Kepercayaan terhadap keterampilan terapis, kebersihan, dan keamanan prosedur memberikan rasa nyaman yang tinggi, mendorong pelanggan

untuk tetap menggunakan layanan secara berkelanjutan. Sementara itu, dimensi *responsiveness* (daya tanggap) memiliki korelasi sebesar 0,549 pada indikator X3.3, yakni “kemudahan dalam pembayaran”. Pelanggan menghargai kecepatan layanan dan efisiensi dalam proses transaksi, termasuk kemudahan melakukan pembayaran atau penjadwalan ulang, yang memberikan kenyamanan dan pengalaman tanpa hambatan. Ketiga dimensi ini yaitu *reliability*, *assurance*, dan *responsiveness* secara sinergis menciptakan persepsi layanan yang profesional, aman, dan cepat, sehingga memperkuat keinginan pelanggan untuk kembali serta merekomendasikan layanan spa kepada orang lain. Meskipun dimensi *tangible* dan *empathy* tetap memiliki peran dalam menciptakan pengalaman positif, pengaruhnya tidak sebesar tiga dimensi utama tersebut dalam membentuk loyalitas pelanggan secara langsung.

5.2 Saran

Adapun saran peneliti yang dapat penulis kemukakan terkait penelitian ini yaitu:

1. Manajemen Spa Hotel The Legian disarankan untuk secara konsisten meningkatkan aspek keandalan, jaminan, dan daya tanggap dalam pelayanan. Hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan rutin bagi staf agar mampu memberikan layanan yang sesuai dengan janji, cepat merespons permintaan atau keluhan pelanggan, serta menjaga profesionalisme dan rasa aman selama proses perawatan. Fokus pada dimensi ini terbukti memiliki pengaruh paling signifikan

terhadap loyalitas pelanggan dan menjadi dasar penting dalam mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pengunjung spa.

2. Meskipun dimensi *tangible* dan *empathy* memiliki pengaruh yang lebih rendah, namun bukan berarti dapat diabaikan. Disarankan agar pengelola spa tetap menjaga standar kenyamanan fisik ruang perawatan dan suasana lingkungan spa, serta memperkuat kemampuan staf dalam memberikan perhatian personal.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek kajian tidak hanya pada pelanggan spa di satu hotel, tetapi juga pada beberapa hotel dengan segmentasi pasar berbeda untuk memperkaya perspektif. Selain itu, peneliti berikutnya dapat menambahkan variabel lain di luar kualitas pelayanan seperti kepuasan pelanggan, citra merek, atau faktor harga untuk mengetahui kontribusi relatif masing-masing dalam membentuk loyalitas pelanggan secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 21(8), 24–30.
- Arnawa, I. P. (2020). Pengaruh Tingkat Hunian Kamar dan Pendapatan Spa terhadap Laba Operasional di Nusa Dua Beach Hotel & Spa. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 9(2), 54–63. <https://doi.org/10.52352/jbh.v9i2.504>
- Atmanegara, S. Y., Cahyono, D., Qomariah, N., & Sanosra, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Citra Perusahaan , Dan Lokasi Terhadap kepuasa. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 79–89.
- Baetie. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Niagara Parapat Provinsi Sumatera Utara. *Jom Fisip*, 5(1), 1–27.
- Boediono, M., Christian, S., & Mustikasari Immanuel, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(1), 90–99.
- Chandra, S. M., & Tielung, M. V. J. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Baliem Pilamo Di Wamena. *Jurnal EMBA*, 3(3), 959–970. <https://doi.org/2303-11>
- Darmadi. (2024). *Bali Journal of Hospitality* .
- Gery, (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen the Aliga Hotel Padang. *Menara Ilmu*, 12(9), 92–102.
- Hanung (2023). Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di The Sand Bar and Restaurant Sanur. 05(01), 31–41.
- Insani, (2020). Meningkatkan Kualitas Pelayanan Front Office Department Melalui Tugas dan Tanggung Jawab Concierge Pada Hotel Savoy Homann. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 2(1), 13–28. <https://doi.org/10.51977/jiip.v2i1.297>
- Irfanudin, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasann Pelanggan. *Jurnal Semarak*, 2(1), 1–20. <https://doi.org/10.32493/smk.v2i1.2662>
- Juniasih, (2023). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Grand Livio Hotel Bali. *Forum Manajemen*, 21(2), 43–56. <https://doi.org/10.61938/fm.v21i2.529>
- Mahaputra, (2022). Pengaruh Harga, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Tamarind Mediterranean Restaurant At Nusa Dua Beach

Hotel & Spa.

- Meryawan. (2024). Dampak kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen anahata villas and spa resort ubud.
- Nurrokhman, (2024). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Spa Dengan Metode Service Quality (Servqual) Dan Teori Resheniya Izobreatatlskikh Zadatch (Triz) Di Aleenahoz Beauty Jakarta. *Jurnal Riset Jakarta*, 16(1), 33–40. <https://doi.org/10.37439/jurnaldrd.v16i1.84>
- Parasuraman, (2008). SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Jurnal Of Retailing*, 64(January), 12–35.
- Pratiwi, (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah DInamika Sosial*, 1, 213–214.
- Pratiwi, (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pada Ratu Hotel (Ex. Queen Hotel) Denpasar Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 6(1), 17. <https://doi.org/10.23887/bjm.v6i1.24405>
- Rianto, (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kayumanis Sanur Private Villa and Spa. *Journal Research of Management*, 3(3), 1–9. <https://doi.org/10.51713/jarma.v3i3.80>
- Santosa, (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–7.
- Septiana, (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Pt Bank Rakyat Indonesia Persero Tbk Cabang Banjarmasin Samudera). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 10(2), 24. <https://doi.org/10.20527/jbp.v10i2.10955>
- Sipahutar. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Davienna Boutique Hotel Oleh. 19(1978), 4161–4172.
- Sugiyono. (2017). Metodologi Penelitian Agama. *Metodologi Penelitian*, 102.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulastri. (2024). Volume 26 No. 1 Juni 2024. *Infomatek*, 26(1), 101–110. <https://doi.org/10.23969/infomatek.v26i1>
- Susepti, (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Tamu Hotel
- Sutisna. (2020). Teknik Analisis Data Pnelitian Kuantitatif. Universitas Negeri Gorontalo, 1–15.