https://journalversa.com/s/index.php/jimb
Tanggal Upload : 01 Oktober 2026

Jurnal Inovasi dan Manajemen Bisnis
Vol. 08, No. 4

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN DI SEKTOR JASA DI VILLA CASA ART UBUD

Gusti Ayu Febby Ersania[1)], I Made Guna Juliarta[2)], Ni Luh Kd Erna Pancawati[3)]
[1),2),3)]Universitas Markandeya
Email: ersaniafebby@gmail.com[1)], ijuliarta@markandeyabali.ac.id[2)], erna.pancawati.ep@gmail.com[3)]

Abstract: *This study aims to analyze the influence of service quality on customer satisfaction and customer loyalty in the accommodation service sector at Villa Casa Art Ubud, Gianyar Regency, Bali. The methodology employed in this study is a quantitative associative approach with field research. The population comprises all guests who have stayed at Villa Casa Art Ubud. Sampling was conducted using a purposive sampling technique based on specific criteria, including guests who stayed for at least one night within the last 6 months. Data were gathered through observation and structured questionnaire distribution utilizing a 5-point Likert scale to measure service quality dimensions (SERVQUAL: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy), customer satisfaction, and customer loyalty. Data analysis techniques included validity testing, reliability testing (Cronbach's Alpha), classical assumption tests, Pearson Product Moment correlation, hypothesis testing (t-test), simple linear regression, and coefficient of determination. The findings provide empirical evidence regarding the critical role of service quality in enhancing satisfaction and driving revisit intentions as well as positive word-of-mouth recommendations in the villa sector.*

Keywords*: *Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Villa Casa Art Ubud, SERVQUAL.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada sektor jasa akomodasi di Villa Casa Art Ubud, Kabupaten Gianyar, Bali. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif asosiatif dengan jenis penelitian lapangan (field research). Populasinya mencakup seluruh wisatawan yang pernah menginap di Villa Casa Art Ubud. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria responden yang menginap minimal satu malam dalam kurun waktu 6 bulan terakhir, sehingga diperoleh sampel penelitian. Data dikumpulkan melalui observasi dan penyebaran kuesioner terstruktur dengan Skala Likert 5 poin yang mengukur dimensi kualitas layanan (SERVQUAL: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati), kepuasan pelanggan, serta loyalitas pelanggan. Teknik analisis data yang diterapkan meliputi uji validitas, uji reliabilitas (Cronbach's Alpha), uji asumsi klasik, analisis korelasi Pearson Product Moment, uji hipotesis (uji-t), serta analisis regresi linear sederhana dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan bukti empiris mengenai peran signifikan kualitas pelayanan dalam menciptakan kepuasan dan mendorong niat

Jurnal Inovasi dan Manajemen Bisnis
Vol. 08, No. 4

kunjungan ulang (revisit intention) serta ulasan positif pelanggan (word-of-mouth) di sektor penginapan/villa.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Villa Casa Art Ubud, SERVQUAL.

PENDAHULUAN

Globalisasi adalah suatu hal yang tidak dapat disangkal oleh negara manapun saat ini. Dengan adanya globalisasi menuntut seluruh negara untuk dapat bergerak lebih cepat agar dapat sejajar dengan negara lainnya. Terutama negara-negara yang berkembang seperti Indonesia. Segala aktivitas baik ekonomi, politik dan sosial budaya ikut terpengaruh dengan adanya arus globalisasi. Akibatnya, setiap negara berlomba-lomba melakukan segala cara agar tidak tergerus dalam era ini. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan mengembangkan sektor pariwisata. Tren yang berkembang saat ini dalam meningkatkan pemasukan adalah pariwisata itu sendiri. Pariwisata dapat dikatakan sebagai industri terbesar saat ini, dilihat dari berbagai indikator, seperti sumbangan terhadap pendapatan dunia dan penyerapan tenaga kerja, (Jupir, 2013).

Industri pariwisata merupakan industri yang berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia karena memberikan sumbangan signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia melalui devisa dan pendapatan dalam negeri dari aktivitas pariwisata yakni sebesar 3,8 persen pada tahun 2023 (Kemenparekraf, 2024). Pendapatan ini mencakup pengeluaran untuk akomodasi, makanan, transportasi, dan berbagai kegiatan wisata lainnya. Ketertarikan pengunjung didorong oleh keanekaragaman budaya dan keunikan yang dimiliki destinasi wisata yang ada di Indonesia terutama Bali yang dikenal sebagai pulau surgawi. Selain itu, Bali juga terkenal dengan berbagai pilihan akomodasi kelas dunia yang mewah, spa, dan retreat kesehatan didukung akar spiritualitas dan tradisi yang kuat. Bahkan keindahan alam, keberagaman budaya yang unik, serta keramahtamahan masyarakat Bali dapat menarik wisatawan untuk datang ke Bali berulang kali dan menjadikan Bali sebagai tujuan liburan setiap tahun. Kenyamanan wisatawan berkunjung ke Bali juga didukung fasilitas akomodasi yang bervariasi. Destinasi wisata Bali menawarkan berbagai jenis akomodasi mulai dari hotel berbintang

Jurnal Inovasi dan Manajemen Bisnis
Vol. 08, No. 4

hingga villa-villa mewah yang terletak menyebar di kawasan Kuta, Jimbaran, Nusa Dua, Sanur, Canggu hingga Ubud dan daerah lainnya di seluruh Bali.

Daerah Ubud mengalami perkembangan pariwisata yang begitu pesat dari dulu hingga kini masih menjadi popular sehingga beberapa wisatawan menetap lama di Ubud. Tamu-tamu tersebut banyak yang memilih untuk tinggal di Villa-Villa mewah mengingat bahwa villa menawarkan lebih banyak kebebasan dan privasi dibandingkan Hotel ataupun resor, serta villa umumnya berukuran jauh lebih besar dibandingkan kamar hotel yang memungkinkan tamu untuk bisa tinggal bersama dengan keluarga di satu villa yang sama. Selain itu, kawasan Ubud juga merupakan sebuah kawasan pariwisata yang di dukung banyak tempat wisata yang terkenal yang baru mengalami perkembangan pariwisata yang pesat atau yang sudah popular. Salah satu Villa yang terletak Kawasan Ubud yang juga menawarkan privasi serta kenyaman yang tingkat atas yakni Villa Casa Art yang hanya berjarak 3 menit ke pusat kota. Villa Casa Art memberikan pengalaman yang tidak terlupakan bagi tamu yang menginap diantaranya kolam renang pribadi, restaurant dengan termasuk sarapan pagi. Sumber daya manusia yang handal, cakap, serta memiliki sikap yang baik merupakan modal yang sangat penting dalam mendukung pemberian pelayanan yang maksimal kepada tamu (Syarifuddin et al., 2021).

Sumber daya manusia menjadi salah satu faktor penting yang membuat tamu-tamu memutuskan untuk menginap di suatu hotel, sehingga pemberdayaan sumber daya manusia itu secara lebih efektif dan efisien sejalan dengan peningkatan kinerja karyawan. Villa Casa Art memiliki department penunjang jalannya operasional hotel yaitu Front Office Department, Housekeeping Department, Engineering Department, Sales and Marketing Department, Accounting and Purchasing Department, Human Resources Department. Seksi butler berada dibawah Front Office Department. Butler Service Attendant adalah seorang karyawan hotel yang mampu memberikan sejumlah layanan kepada tamu baik di bidang front office, housekeeping maupun food and beverage. Butler yang profesional selain harus memiliki kemampuan dan pengetahuan yang luas dalam tiga departement dalam satu agent sering kali posisi butler menjadi wajah sebuah hotel untuk melayanitamu VIP (Sugiarto, 2012).

Jurnal Inovasi dan Manajemen Bisnis
Vol. 08, No. 4

Oleh sebab itu, tamu sebagai penerima layanan yang diberikan villa berperan vital dalam mengukur kualitas pelayanan. Pelanggan dinyatakan puas jika pelayanan yang didapatkan telah memenuhi harapan atau bahkan melampaui yang diharapkan oleh tamu. Kepuasan tamu dapat berpengaruh positif terhadap image hotel, yang salah satunya dengan menjadi loyal kepada hotel.

Villa Casa Art memberikan pelayanan butler yang merupakan pelayanan andalan sebagai jenis pelayanan pribadi (personal service) yang diberikan kepada tamu hotel. Butler service merupakan staf yang paling pertama dan terakhir dalam memberikan pelayanan saat pertama kali tamu tiba dan saat meninggalkan hotel, dan dari sini tamu bisa memberikan penilaian mengenai pelayanan yang diberikan hotel secara umum. Butler juga berperan memastikan segala kebutuhan dan permintaan tamu bisa terpenuhi dan setiap tamu memiliki kenangan yang baik selama menginap. Selain itu, seorang butler harus paham dan memiliki pengetahuan yang luas mengenai hotel dan lokal area di luar hotel. Tantangan personal butler memperhitungkan kesesuaian keinginan dengan harapan tamu, kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif, pengelolaan waktu yang efisien ditambah mengatasi masalah krusial untuk memberikan pengalaman pelayanan yang memuaskan dan membangun hubungan yang baik dengan tamu. Oleh karena hal tersebut, peran butler begitu penting terutama bagi villa-villa yang menawarkan layanan personal butler seperti Villa Casa Art sehingga kualitas pelayanan adalah hal yang paling penting. Meskipun begitu, penelitian yang mengkaji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan masih sedikit dilakukan. Kebanyakan mengkaji layanan butler di hotel (Kurniawan & Mertayasa,2015); (Wati, 2019); (Darmawijaya & Permana, 2022). Sementara itu, penelitian dari Suardana & Nawing (2022) sebatas memberikan gambaran mengenai job description butler dalam memberikan kepuasan terhadap tamu di sebuah villa di Ubud Bali. Penelitian yang mengkaji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Villa masih belum dilakukan. Padahal, jika pelayanan yang baik dan memuaskan diberikan oleh karyawan yang kompeten dalam hal ini butler mampu menghasilkan penilaian yang positif dari tamu sehingga hal ini dapat berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas tamu dan keberlangsungan usaha.

Jurnal Inovasi dan Manajemen Bisnis
Vol. 08, No. 4

Di Villa Casa Art berbagai fasilitas juga bisa didapat pengunjung, mulai penginapan yang mampu menampung maksimal 12 orang, sarapan pagi , kolam renang, SPA dan dapur masak. Selain itu ada beberapa objek pendukung seperti Puri UBud, Monkey Forest, Pasar Art Ubud. Di sepanjang jalan banyaknya restaurant, pedagang kesenian, dan monyet yang menjadi daya Tarik wisata.

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan di Villa Casa Art pada tanggal 25 Januari 2026, pada 10 orang pengunjung, 6 orang (60%) menyatakan kualitas pelayanan baik, 4 orang (40%) menyatakan fasilitas layanan kurang baik.

Oleh karena itu Villa Casa Art harus selalu memperhatikan kebutuhan dan kepuasan para konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik agar para konsumen merasa puas dan dapat merekomendasikannya kepada orang lain. Villa Casa Art merupakan tempat pariwisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan dari dalam negeri maupun luar negeri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih serta menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013). Penelitian ini juga menggunakan jenis *field research* atau penelitian lapangan dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data (Riyanto & Hatmawan, 2020).

Penelitian dilaksanakan di Villa Casa Art Ubud yang beralamat di Jalan Suweta, Bentuyung, Ubud, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Bali. Objek penelitian adalah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Subjek penelitian merupakan pelanggan yang pernah melakukan kunjungan atau menginap di Villa Casa Art Ubud (Ansori, 2020).

Populasi penelitian mencakup seluruh pelanggan Villa Casa Art Ubud. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* (Sugiyono, 2013; Riyanto & Hatmawan, 2020). Kriteria sampel yaitu pelanggan Villa Casa Art dalam enam bulan terakhir serta pelanggan yang puas dan loyal di Villa Casa Art dalam enam bulan terakhir.

Jurnal Inovasi dan Manajemen Bisnis
Vol. 08, No. 4

Variabel penelitian terdiri atas kualitas pelayanan sebagai variabel bebas, serta kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat. Kualitas pelayanan meliputi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati, dan jasa. Kepuasan pelanggan meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, kemudahan dan kenyamanan, serta pengalaman pelanggan. Loyalitas pelanggan meliputi kunjungan ulang secara teratur, mereferensikan kepada orang lain, dan memberikan ulasan positif pada platform.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan kuesioner. Kuesioner menggunakan skala Likert dengan lima pilihan jawaban, yaitu sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju dengan skor 5 sampai 1 (Sugiyono, 2018).

Analisis data dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji korelasi Pearson Product Moment, uji parsial (uji t), analisis regresi linear sederhana, dan koefisien determinasi. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan instrumen, sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian (Riyanto & Hatmawan, 2020). Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Villa Casa Art Ubud yang beralamat di Jalan Suweta, Bentuyung, Ubud, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali 80571. Villa Casa Art Ubud merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa akomodasi pariwisata yang menyediakan tempat menginap bagi wisatawan yang berkunjung ke kawasan Ubud. Villa Casa Art Ubud melayani wisatawan yang membutuhkan tempat penginapan selama melakukan kegiatan wisata di Ubud, baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

Kualitas Layanan pada Villa Casa Art Ubud mencakup kondisi fasilitas dan lingkungan fisik, kemampuan staf dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, kecepatan dalam memberikan bantuan, kemampuan memberikan rasa aman dan kepercayaan, serta perhatian terhadap kebutuhan individual pelanggan. Kelima

Jurnal Inovasi dan Manajemen Bisnis
Vol. 08, No. 4

dimensi tersebut menjadi bagian dari pengalaman pelanggan selama menggunakan jasa akomodasi Villa Casa Art Ubud.

Kepuasan Pelanggan dalam penelitian ini diukur melalui tiga item yang berkaitan dengan kepuasan terhadap pelayanan, kesesuaian pelayanan dengan harapan, serta kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan pelayanan yang diterima. Seluruh item Kepuasan Pelanggan dinyatakan valid berdasarkan hasil pengujian validitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan berkaitan dengan evaluasi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima selama menginap di Villa Casa Art Ubud. Penilaian pelanggan tidak hanya terbentuk dari pelayanan yang diberikan staf, tetapi juga dari kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan harapan serta nilai yang dirasakan pelanggan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Villa Casa Art Ubud. Nilai koefisien regresi sebesar 0,338 menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan memiliki arah positif. Nilai t sebesar 7,835 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dinyatakan didukung. Nilai standardized coefficient Beta sebesar 0,621 menunjukkan bahwa Kualitas Layanan memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai R Square sebesar 0,385 menunjukkan bahwa Kualitas Layanan mampu menjelaskan sebesar 38,5% variasi Kepuasan Pelanggan, sedangkan sebesar 61,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Villa Casa Art Ubud dapat meningkatkan kepuasan yang dirasakan pelanggan. Pelayanan yang dapat diandalkan, cepat, memberikan rasa aman, memiliki fasilitas yang baik, serta memperhatikan kebutuhan pelanggan menjadi bagian yang penting dalam membentuk pengalaman positif selama menginap.

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Villa Casa Art

Jurnal Inovasi dan Manajemen Bisnis
Vol. 08, No. 4

Ubud. Nilai koefisien regresi sebesar 0,515 menunjukkan arah pengaruh yang positif. Nilai t sebesar 10,857 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dinyatakan didukung. Nilai standardized coefficient Beta sebesar 0,739 menunjukkan bahwa Kualitas Layanan memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap Loyalitas Pelanggan dibandingkan pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan yang memiliki nilai Beta sebesar 0,621. Nilai R Square sebesar 0,546 menunjukkan bahwa Kualitas Layanan mampu menjelaskan sebesar 54,6% variasi Loyalitas Pelanggan, sedangkan sebesar 45,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang semakin baik dapat meningkatkan kecenderungan pelanggan untuk melakukan perilaku loyal terhadap Villa Casa Art Ubud. Loyalitas tersebut dapat tercermin melalui keinginan untuk kembali menginap, menjadikan Villa Casa Art Ubud sebagai pilihan ketika berkunjung ke Ubud, memberikan rekomendasi kepada orang lain, serta memberikan ulasan dan penilaian yang positif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Villa Casa Art Ubud, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas layanan yang mencakup aspek *tangibles, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy* menjadi bagian penting dalam menciptakan pengalaman menginap yang positif bagi pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,338, nilai *t* sebesar 7,835, dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Nilai *R Square* sebesar 0,385 menunjukkan bahwa kualitas layanan mampu menjelaskan 38,5% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan 61,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar

Jurnal Inovasi dan Manajemen Bisnis
Vol. 08, No. 4

penelitian. Dengan demikian, semakin baik kualitas layanan yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan pelanggan Villa Casa Art Ubud.

Selanjutnya, kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil pengujian memperoleh koefisien regresi sebesar 0,515, nilai *t* sebesar 10,857, dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Nilai *R Square* sebesar 0,546 menunjukkan bahwa kualitas layanan mampu menjelaskan 54,6% variasi loyalitas pelanggan, sedangkan 45,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Nilai *standardized coefficient Beta* sebesar 0,739 menunjukkan bahwa hubungan kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan tergolong kuat.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting bagi Villa Casa Art Ubud dalam meningkatkan kepuasan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Pelayanan yang andal, cepat, aman, didukung fasilitas yang baik, serta perhatian terhadap kebutuhan pelanggan dapat mendorong pelanggan untuk kembali menginap, merekomendasikan villa kepada orang lain, dan memberikan ulasan positif. Oleh karena itu, Villa Casa Art Ubud perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan secara konsisten sebagai upaya menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Bhagaskoro, K. W. (2017). *Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada Terrace Cafe Yogyakarta.*

Danurdara, A. B., & Masatif, A. (2025). Assessing the customer experience quality and customer loyalty: The mediating role of customer satisfaction. *Innovative Marketing, 21*(2), 248–259. https://doi.org/10.21511/im.21(2).2025.20

Darmawijaya, I. G., Permana, G. E., & Adi, I. A. S. P. (2022). Kualitas pelayanan butler pada masa pandemi di The Ritz-Carlton Bali. *Journal Hospitality Accommodation Management (JHAM), 1*(1), 43–49.

Devi, K. V. (2023). The impact of service quality and outcome quality dimensions towards customer loyalty through customer satisfaction on mid-level hotels. *JMBI*

Jurnal Inovasi dan Manajemen Bisnis
Vol. 08, No. 4

UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi), 10(2), 932–943. https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i2.49011

Devi Wiryana, K. V. S., & Aksari, N. M. A. (2023). Peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, 12*(7). https://doi.org/10.24843/EEB.2023.v12.i07.p07

Ghozali, I. (2014). *Model persamaan struktural: Konsep dan aplikasi dengan program AMOS 19.0.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Black, W. C. (2022). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.

Hurriyati, R. (2018). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen.*

Kandampully, J., Bilgihan, A., Van Riel, A. C. R., & Sharma, A. (2023). Toward holistic experience-oriented service innovation: Co-creating sustainable value with customers and society. *Journal of Hospitality & Tourism Research, 47*(2). https://doi.org/10.1177/19389655221108334

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2024). *Siaran pers: Kemenparekraf promosikan Bangga Berwisata di Indonesia lewat DIATF 2024.*

Kurniawan, S. Y., & Mertayasa, G. A. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan butler service dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel St. Regis Bali Resort di Nusa Dua Bali. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata, 10*(1), 63–70.

Malhotra, N. K. (2015). *Essentials of marketing research: A hands-on orientation.* Pearson.

Mandlik, S. (2023). A research study on customer satisfaction and loyalty in hospitality industry, Rajkot. *Journal of Management Research and Analysis, 10*(3), 173–178. https://doi.org/10.18231/j.jmra.2023.030

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing, 64*(1), 12–40.

Pradnyana, I. P. G. D. (2023). The effect of service quality and e-service quality on customer satisfaction in Bukit Vista Hospitality customers. *International Journal of*

Jurnal Inovasi dan Manajemen Bisnis
Vol. 08, No. 4

Review Management, Business and Entrepreneurship (RMBE), 3(1), 64–75. https://doi.org/10.37715/rmbe.v3i1.3932

Rangkuti, R. A. (2012). *Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebagai variabel intervening: Studi pada konsumen coffee shop di Kota Medan.*

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif di bidang manajemen, teknik, pendidikan, dan eksperimen.* Deepublish.

Saputra, M. Y., & Rahanatha, G. B. (2024). The role of customer satisfaction in mediating the influence of service quality on re-visit intention: Study at Natya Hotel Kuta. *International Journal of Management Research and Economics, 2*(4), 101–123. https://doi.org/10.54066/ijmre-itb.v2i4.2271

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley.

Soerjanto, S., Priyanto, P., & Rahayu, N. (2024). Meningkatkan loyalitas pelanggan restoran melalui kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Kepariwisataan, 23*(1), 67–77. https://doi.org/10.52352/jpar.v23i1.1244

Suardana, I. K., & Nawing, A. Y. (2022). Strategi efisiensi butler dalam memberikan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan tamu di Villa Dukuh Tabanan Bali. *Jurnal Nusantara, 5*(1), 38–44.

Sugiarto, E. (2013). *Operasional kantor depan hotel (hotel front office operational).* Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods).* Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Alfabeta.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian.* Andi.

Tjiptono, F. (2017). *Service management: Mewujudkan layanan prima* (2nd ed.). Andi.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran: Prinsip & penerapan.* Andi.

Wati, W. T. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan promosi terhadap loyalitas pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta* [Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia].