

## Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pelanggan Menginap pada Aston Kupang Hotel & Convention Center

Dimas Bagus Prakoso<sup>1)</sup>

Marianus Hendrilensio Sanga<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Assistant Trade Analyst, Italian Trade Agency

Alamat: JL. H.R. Rasuna Said, Menara Karya, Kuningan, Jakarta Selatan 12950, Indonesia

<sup>2)</sup>Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Kupang

Alamat: Lasiana, Kec. Kelapa Lima, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur 85258, Indonesia

Email: [dprakoso.gscholar@gmail.com](mailto:dprakoso.gscholar@gmail.com)

### ABSTRAK

Persaingan industri perhotelan dan penginapan semakin kompleks. Untuk dapat terus kompetitif, perusahaan dituntut agar meningkatkan kualitas pelayanan kepada para pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan menginap di Aston Kupang Hotel & Convention Center tahun 2023. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 60 responden dengan menggunakan *sampling incidental*. Studi ini menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data dan dianalisis menggunakan teknik regresi linear sederhana. Pengolahan data dalam studi ini dibantu dengan program SPSS 16. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh persamaan  $Y: 14.212 + 0,414$ . Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan menginap pada Aston Kupang Hotel & Convention Center. Implikasinya: 1) Meskipun koefisien determinasi kualitas pelayanan rendah, namun hal ini masih dapat menjadi masukan bagi manajemen Aston Kupang Hotel untuk terus meningkatkan pelayanan yang ada. 2) Rendahnya koefisien determinasi kualitas pelayanan mengindikasikan perlu adanya penelitian berikutnya untuk memperhitungkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pelanggan menginap di hotel seperti fasilitas, harga dan nilai tambah, lokasi, komunikasi dan informasi.

**Kata Kunci:** kualitas pelayanan, keputusan pelanggan, Aston Kupang Hotel

### PENDAHULUAN

Keberhasilan pemasaran industri perhotelan, tidak hanya diukur dari seberapa banyak konsumen yang diperoleh, tetapi juga dari kemampuan perusahaan untuk mempertahankan konsumen tersebut. Salah satu faktor yang mengukur loyalitas pelanggan adalah keputusan mereka untuk tetap menggunakan jasa hotel tersebut. Keputusan pelanggan ini dapat mempengaruhi sentimen kepuasan atau ketidakpuasan konsumen dimana harapan mereka terpenuhi oleh kinerja perusahaan (Solihin & Wibawanto, 2020). Terutama, perilaku konsumen setelah pembelian memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan. Tindakan dan tanggapan konsumen dapat berdampak signifikan terhadap citra perusahaan, karena pengalaman pribadi mereka memengaruhi cara mereka memberi rekomendasi atau ulasan kepada pihak lain tentang produk atau layanan perusahaan tersebut. Dalam konteks ini, penting bagi perusahaan untuk memahami bahwa konsumen cenderung tidak akan kembali membeli dari perusahaan jika kualitas barang atau jasa tidak sesuai dengan harapan atau apa yang dijanjikan sebelumnya. Oleh karena itu, memahami dan merespon perilaku konsumen dengan cepat dan efektif menjadi kunci untuk mempertahankan kepercayaan dan loyalitas pelanggan (Samadara & Fanggidae, 2021).

Aston Kupang Hotel & Convention Center merupakan hotel berbintang empat di Kota Kupang yang dikelola oleh Archipelago International, sebelumnya bernama Aston International. Hotel Aston memiliki karakteristik customer oriented dimana kepuasan pelanggan di atas segalanya. Tidak mengherankan penelitian tentang Hotel Aston sudah banyak dilakukan. Menurut Srijani & Hidayat, (2017) Hotel Aston Madiun, Jawa Timur mengutamakan kenyamanan dan kepuasan pelanggan dengan memperbaiki layanan dan fasilitas hotel. Upaya ini diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan setelah menginap di hotel tersebut. Hal senada juga ditemukan pada Hotel Aston Kuningan Suites Jakarta, dimana kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di sana (Mariska & Shihab, 2016). Penelitian lain tentang makanan Hotel Aston, menyebutkan bahwa Hotel Aston Jakarta memberikan makanan dan minuman yang berkualitas balik, sehat disukai oleh tamu. Hotel juga menerapkan aspek higiene dan sanitasi khususnya pada karyawan yang berkaitan dengan pelayanan makanan (Auliya & Aprilia, 2017). Selain aspek makanan, Hotel Aston juga memperhatikan aspek lingkungan. Menurut Sitompul et al., (2013) Hotel Aston Braga City Walk, Bandung telah berhasil melakukan pengolahan limbah cair dengan menggunakan tumbuhan Eceng Gondok melalui proses fitoremediasi, suatu proses dimana tumbuhan dan mikroorganisme yang hidup di akar tumbuhan bermutualisme untuk dekontaminasi limbah.

Meski demikian aspek kualitas pelayanan hotel Aston belum dibahas dalam beberapa penelitian sebelumnya. Kualitas pelayanan merupakan aspek penting dalam menciptakan *sustainability* perusahaan. Dengan semakin banyaknya hotel serta penginapan, kualitas persaingan semakin ketat. Perusahaan kini dihadapkan dengan tuntutan untuk lebih memahami perilaku konsumen dan meningkatkan kreativitas dalam menyediakan layanan dan fasilitas kepada pelanggan atau tamu. Tujuannya adalah agar dapat lebih efektif membangun loyalitas pelanggan dan memenuhi kepuasan mereka. Hal ini menjadi aspek krusial, terutama ketika bisnis berhasil memuaskan para pelanggan (Juliana et al., 2021). Hal yang sama juga ditemukan Moha & Loindong (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Hotel Yuta di Kota Manado. Murtini (2024) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan karena kualitas pelayanan mendorong pelanggan untuk membentuk hubungan yang kuat dengan restoran. Dari beberapa argumen di atas, asumsi yang dapat ditarik adalah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang di atas, studi ini bermaksud untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan menginap pada Aston Kupang Hotel & Convention Center. Studi ini diharapkan dapat menambah khazanah penelitian tentang Hotel Aston sekaligus untuk memberi masukan terhadap kualitas pelayanan Aston Kupang Hotel.

### **METODE PENELITIAN**

Studi ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan data yang diperoleh dari perusahaan berupa data jumlah konsumen, hasil wawancara dan data sekunder yang dikumpulkan dalam bentuk keterangan yang berhubungan dengan penulisan berupa resepsi responden, artikel dan buku. Sampel atau responden yang diambil adalah 60 tamu Hotel Aston yang diambil secara acak. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini: observasi, wawancara. Untuk mendapatkan persepsi konsumen terkait layanan digunakan kuesioner dan studi pustaka untuk mengumpulkan informasi relevan lainnya yang bertujuan untuk menemukan teori, konsep, dan variabel lain yang dapat mendukung penelitian.

Teknik Analisis Data yang digunakan yakni: analisis pendahuluan secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif memberikan gambaran keseluruhan tentang Hotel Aston Kupang.

Analisis ini dilengkapi dengan analisis kuantitatif melalui tahapan penyebaran kuesioner kepada para responden menggunakan skala likert (Sugiyono 2012:132). Pernyataan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala 1-5 (1, Sangat Tidak Setuju sampai 5, Sangat Setuju) untuk mewakili pendapat dari responden.

$$\begin{aligned} \bullet \text{ Lebar skala} &= \frac{\text{Skor maksimum} - \text{Skor minimum}}{\text{Skor maksimum}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0,80 \end{aligned}$$

Dengan demikian kategori skala dapat ditemukan sebagai berikut:

- 1,0 - 1,80 = Sangat rendah
- 1,81 - 2,60 = Rendah
- 2,61 - 3,40 = Sedang
- 3,41 - 4,20 = Kuat
- 4,21 - 5,00 = Sangat kuat

#### Uji Instrumen

- a. Uji validitas untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan korelasi antara skor butir pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel. Sedangkan untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan/pernyataan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria statistik sebagai berikut:
  - a. Jika  $r$  hitung  $> 0,30$  maka dikatakan instrument valid
  - b. Jika  $r$  hitung  $< 0,30$  maka dikatakan instrument tidak valid.
- b. Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui ketetapan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji reabilitas adalah:
  - a. Jika  $r$  hitung  $> 0,60$  maka dikatakan instrument realibel.
  - b. Jika  $r$  hitung  $< 0,60$  maka dikatakan instrument tidak realibel.

#### Analisis Lanjutan

Tahapan ini ditujukan demi menjawab permasalahan penelitian yang dikaji. Data yang di peroleh digunakan peneliti untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana, Dimana variabel independennya adalah kualitas pelayanan dan variabel dependennya adalah keputusan pelanggan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

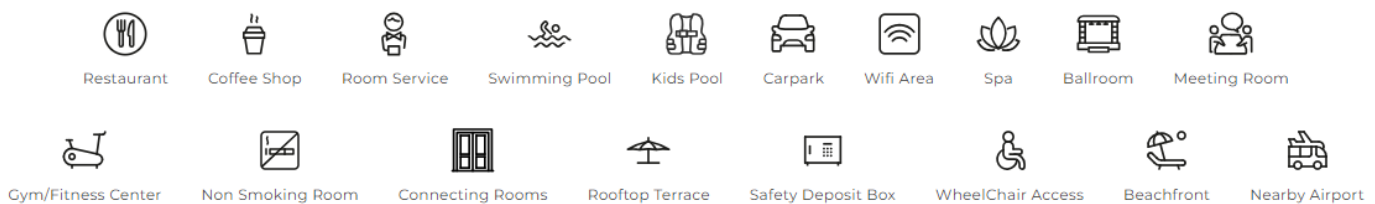
### Analisis Pendahuluan

Aston Kupang Hotel & Convention Center merupakan hotel berbintang empat yang dikelola oleh Archipelago International. Aston Kupang berdiri di area seluas 29.600 meter persegi, di Jl. Timor Raya 142, Kelapa Lima, Kupang. Hotel ini hadir dengan bangunan 18 lantai yang cukup besar dan luas berdiri di atas lahan 3.235 meter persegi. Aston kupang hotel & Convention Center memiliki 178 kamar dengan rincian 77 kamar superior berukuran 28 meter persegi, 95 kamar Deluxe berukuran 28 meter persegi, dan 6 Exsecutive suite berukuran 56 meter persegi yang ada dilantai 16 dan 17. Berbeda dengan suite yang hanya ada d lantai 2 teratas, kamar Deluxe dan Superior tersebar diseluruh lantai. Di lantai 18 dipakai untuk menghadirkan Leet Sky Dining & Lounge, restoran 80 kursi bernuansa terbuka dan full kaca yang nyaman untuk menikmati panorama pantai dan keramaian kota dari puncak hotel. Selain restoran diatas atap hotel Aston Kupang Hotel juga punya Gourmet Restaurant & Balcony: restoran 200 kursi yang ada disamping lobby hotel. Di lantai lobby itu pula ada Lung Hoa Chinese Restaurant yang punya 120 kursi.

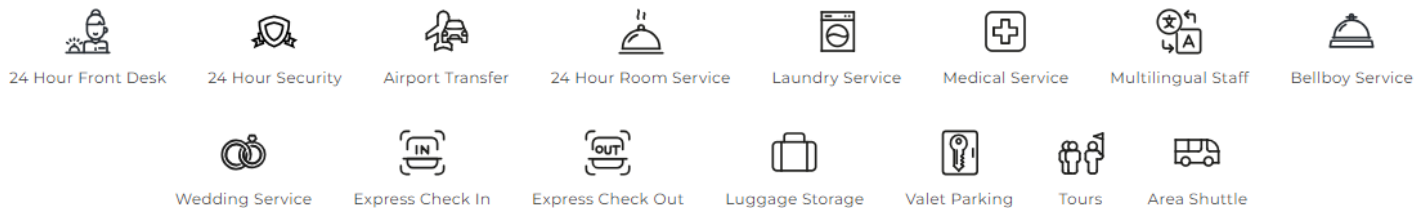
Untuk keperluan konvensi, Aston Kupang Hotel & Convention Center punya Pallacio Ballroom: Ballroom tanpa tiang yang luasnya 1.000 meter persegi, dan bisa menampung 1.600 tamu. Ballroom besar disamping Lobby ini bisa disekat menjadi 3 ruang pertemuan lebih kecil: palacio 1 dan 2 berukuran 218 meter persegi; dan Palacio 3 berukuran 426 meter persegi. Dilantai 3 juga ada sarana konvensi bernama Regal Meeting Room, yang punya luas 285 meter persegi. Mirip dengan Pallacio Ballroom, Regal Meeting Room juga bisa disekat menjadi 5 ruang rapat kecil berukuran 57 meter persegi: Regal Meeting Room 1, 2, 3, 4, dan 5. Dilantai 3 pula hadir kolam renang berkedalaman 1,2 meter dan Heartland Health Club & Fitness Center. Hotel Aston Kupang merupakan tempat menginap yang nyaman, sebuah tempat yang sempurna untuk pertemuan bisnis dan kelompok kerja.

Adapun fasilitas yang ditawarkan Aston Kupang Hotel & Convention Center antara lain: restaurant, warung kopi, kolam renang, klinik kebugaran. Sementara layanan yang diberikan antara lain: 24 jam layanan front desk, keamanan, layanan ruangan, layanan acara perkawinan. Gambar 1 menampilkan fasilitas dan layanan Aston Kupang Hotel & Convention Center.

### Facilities



### Services



Gambar 1. Fasilitas dan Layanan

Berdasarkan sampel yang digunakan sebanyak 60 orang, karakteristik responden yang dimasukkan dalam penelitian ini, yakni: jenis kelamin, usia, pekerjaan dan tujuan menginap. Tabel 1 menampilkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel 1.** Karakteristik Menurut Jenis Kelamin

No	jenis kelamin	frekuensi	(%)
1	Laki-Laki	33	55
2	Perempuan	27	45
	Total	60	100

Sumber: hasil kuesioner yang sudah diolah

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki pada Aston Hotel Kupang sebanyak 33 orang sedangkan Perempuan berjumlah 27 orang. Tabel 2. Menampilkan karakteristik responden berdasarkan umur.

**Tabel 2.** Karakteristik Menurut Umur

No	Usia	Jumlah	(%)
1.	16-20	13	21,7
2.	21-25	11	18,3
3.	26-30	11	18,3
4.	31-35	10	16,7
5.	36-40	9	15
6.	>40	6	10
Total		60	100

*Sumber: data kuesioner yang telah diolah*

Tabel 2 menunjukkan bahwa tamu Aston Hotel Kupang lebih banyak pada rentang usia 16-20 tahun yakni 21,7 %, kemudian diikuti dengan rentang usia 21-25 tahun dan 26-30 tahun sebesar 18,3%, usia 31-35 tahun sebesar 16,7% usia 36-40 sebesar 15% dan >40 sebesar 10%. Selain distribusi menurut jenis kelamin dan umur, tabel 3 menampilkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.

**Tabel 3.** Responden berdasarkan pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	(%)
1.	PNS	35	58,33
2.	Swasta	12	20
3.	Wirausaha	11	18,33
4.	Lainya	2	3,34
Total		60	100

*Sumber: data kuesioner yang sudah diolah*

Tabel 3 menunjukkan bahwa tamu yang menginap di Aston Hotel Kupang lebih banyak yang berprofesi sebagai PNS yakni sebesar 58,33 % kemudian diikuti dengan Swasta yakni 20%, wirausaha 18,33% dan lainnya sebesar 3,34%. Tabel 4 menampilkan karakteristik responden berdasarkan tujuan tamu menginap di Hotel Aston.

**Tabel 4.** Tujuan menginap

No	Tujuan Menginap	Jumlah	(%)
1.	Kegiatan/Seminar	17	28,33
2.	Tugas	17	28,33
3.	Bisnis	16	26,67
4.	Transit	10	16,67
Total		60	100

*Sumber: data kuesioner yang sudah diolah*

Tabel 4 menunjukkan alasan tamu menginap di Hotel Aston Kupang yakni karena tugas dan kegiatan atau seminar sebesar 28,33%, kemudian diikuti urusan bisnis sebesar 26,67%, dan transit sebesar 16,67%.

## Uji Instrumen

### a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menentukan sah atau tidaknya suatu kuesioner; dikatakan valid apabila semua indikator dalam penelitian memiliki angka di atas nilai batas 0,30. Tabel 5 dan 6 di bawah ini menampilkan hasil uji validitas indikator-indikator variabel kualitas pelayanan dan keputusan pelanggan.

**Tabel 5.** Variabel kualitas pelayanan

Variabel	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	1	0,773	0,30	VALID
	2	0,624	0,30	VALID
	3	0,751	0,30	VALID
	4	0,683	0,30	VALID
	5	0,567	0,30	VALID

Sumber: Olahan data penulis, 2023

**Tabel 6.** Variabel keputusan pelanggan

Variabel	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Keputusan Pelanggan (Y)	1	0,915	0,30	VALID
	2	0,932	0,30	VALID
	3	0,949	0,30	VALID
	4	0,932	0,30	VALID

Sumber: Olahan data penulis, 2023

### b. Uji Reliabilitas

Tujuan utama uji reliabilitas adalah untuk menentukan apakah hasil yang diperoleh dari suatu instrumen dapat dianggap stabil atau konsisten dari waktu ke waktu, dan apakah instrumen tersebut mengukur sesuatu dengan cara yang dapat diandalkan.

Tabel 7. Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	items
Kualitas pelayanan	0,709	5
Keputusan pelanggan	0,950	4

Sumber: Olahan data penulis, 2023

Berdasarkan perhitungan SPSS 16, maka diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* 0,709 untuk variabel kualitas pelayanan dan 0,950 untuk variabel keputusan pelanggan. Dengan demikian, semua pernyataan dari variabel X dan Y *reliable* karena memiliki nilai lebih besar dari 0,60.

### c. Uji Regresi Sederhana

Tabel 8 menampilkan koefisien determinasi model regresi kualitas pelayanan terhadap Keputusan pelanggan.

**Tabel 8.** Koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,319 <sup>a</sup>	0,102	0,086	2,323

Sumber: Olahan data penulis, 2023

Tabel 8 menunjukkan nilai R square adalah 0,102. Ini berarti hanya sekitar 10.2% dari variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Nilai R square rendah menunjukkan bahwa sebagian besar variasi tidak dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan.

**Tabel 9.** Nilai t hitung

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	14,212	2,936			4,841	0,000
total_y	0,414	0,161	0,319		2,564	0,013

Sumber: Olahan data penulis, 2023

Dari hasil analisis SPSS diperoleh nilai t hitung sebesar 2,564, sedangkan t tabelnya adalah 2,00172. Dengan demikian, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan pelanggan menginap di Hotel Aston Kupang. Sedangkan pada tabel sig menunjukkan p adalah 0,000 lebih kecil dari tingkat kesalahan 0,05. Ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pelanggan untuk menginap di Hotel Aston Kupang. Meskipun koefisien determinasi rendah, hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan untuk menginap di Hotel Aston. Oleh karena itu, perbaikan atau peningkatan dalam kualitas pelayanan diharapkan untuk berkontribusi positif terhadap keputusan pelanggan untuk menginap di Hotel Aston Kupang. Selain itu, rendahnya koefisien determinasi kualitas pelayanan mengindikasikan bahwa perlunya penelitian lain untuk memperhitungkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pelanggan seperti fasilitas, harga dan nilai tambah, lokasi, komunikasi dan informasi.

Menurut Kotler (2016), ada lima dimensi utama kualitas pelayanan dalam konteks pemasaran, yang dikenal sebagai model "SERVQUAL." Dimensi tersebut adalah:

- Keandalan (*Reliability*): Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan konsisten dan akurat.
- Daya Tanggap (*Responsiveness*): Ketersediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat.
- Jaminan (*Assurance*): Kemampuan para karyawan memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan melalui pengetahuan, keahlian, dan sikap positif.
- Empati (*Empathy*): Kemampuan untuk memahami, merasakan, dan merespons perasaan pelanggan.
- Elemen Kasatmata (*Tangibles*): Aspek fisik dan visual dari fasilitas, personel, peralatan, dan komunikasi.

Implikasi model SERVQUAL ini bagi dunia perhotelan sangat besar. Dalam industri ini, di mana pengalaman pelanggan memainkan peran kunci, kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang membedakan antara satu hotel dengan yang lainnya. Beberapa implikasi khusus meliputi: 1) Hotel perlu mengelola harapan pelanggan dengan baik, memberikan janji yang dapat ditepati, dan menghindari kekecewaan; 2) Karyawan hotel perlu dilatih untuk tidak hanya memberikan pelayanan yang baik tetapi juga untuk memahami dan merespons kebutuhan dan keinginan pelanggan; 3) Penting bagi hotel untuk memastikan konsistensi dalam memberikan pelayanan berkualitas tinggi. Ini melibatkan koordinasi antara berbagai departemen di dalam hotel; 4) Hotel perlu kreatif dalam menyediakan layanan yang dapat memenuhi dan bahkan melebihi ekspektasi pelanggan untuk mempertahankan daya saing mereka.

Dengan memahami dan mengimplementasikan konsep kualitas pelayanan menurut Kotler, Aston Kupang Hotel & Convention Center diharapkan dapat menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan, meningkatkan kepuasan, dan pada gilirannya, membangun loyalitas pelanggan.

## **KESIMPULAN**

Aston Kupang Hotel & Convention Center merupakan hotel berbintang empat yang dikelola oleh Archipelago International. Adapun fasilitas yang ditawarkan Aston Kupang Hotel & Convention Center antara lain: restaurant, warung kopi, kolam renang, klinik kebugaran. Sementara layanan yang diberikan antara lain: 24 jam layanan front desk, keamanan, layanan ruangan, layanan acara perkawinan. Berdasarkan uji regresi sederhana ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan menginap di Aston Kupang

Hotel & Convention Center. Karena itu, manajemen perlu memahami dan mengimplementasikan model SERVQUAL untuk mengoptimalkan kualitas pelayanan. Harapannya, Aston Kupang dapat menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan, meningkatkan kepuasan, dan pada gilirannya, membangun loyalitas pelanggan.

### **DAFTAR REFERENSI**

- Auliya, A., & Aprilia, D. N. (2017). Pengaruh hygiene pengolahan makanan terhadap Kualitas makanan di Hotel Aston Rasuna Jakarta. *Jurnal Hospitality dan pariwisata*, 2(2).
- Juliana, J., Tanujaya, T., & Nathaniel, N. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Hotel Dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Pelanggan. *JUDICIOUS*, 2(1), 1-10.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management*. 17th edition. Prentice Hall, New Jersey
- Mariska, Z. H., & Shihab, M. S. (2016). Pengaruh dimensi service quality terhadap kepuasan tamu hotel dan dampaknya terhadap behaviour intention (studi kasus pada hotel Aston Kuningan suites-Jakarta). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 14(2), 217-234.
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Yuta di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).
- Murtini, N. P. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Price Fairness dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada The Beach Restaurant di Kabupaten Badung. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 4(1), 19-28.
- Samadara, P. D., & Fanggidae, J. P. (2021). Kaitan Antara Kualitas Layanan, Komitmen dan Loyalitas Konsumen pada Pusat Perbelanjaan Flobamora Mall Kupang. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 5(02), 55-60.
- Sitompul, D. F., Sutisna, M., & Pharmawati, K. (2013). Pengolahan limbah cair Hotel Aston Braga City Walk dengan proses fitoremediasi menggunakan tumbuhan eceng gondok. *Jurnal Reka Lingkungan*, 1(2), 105-114.
- Solihin, D., & Wibawanto, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 30-36.
- Srijani, N., & Hidayat, A. S. (2017). Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di aston madiun hotel & conference center. *Wiga: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 7(1), 31-38.
- Sugiyono. 2012. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. 2016. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: penerbit Bayumedia Puplishing.
- Yusak Ansori. 2010. *Manajemen strategik hotel (strategi meningkatkan inovasi dan kinerja)*. Jakarta: penerbit Yayasan Bina Pustaka.