

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE BOUNTY DISCOTHEQUE DI LEGIAN KUTA, BADUNG, BALI

Adhika Sugato Kalyana Puthujjana ¹, Dr. I Wayan Suardana, SST.Par, M.Par ², Dra. Ni Made Oka
Karini, M.Par

¹Email : adhika.sugato@student.unud.ac.id

Program Studi S1 Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

²Email : suardana_ipw@unud.ac.id

Program Studi S1 Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

³Email : karini_ipw@unud.ac.id

Program Studi S1 Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

Abstract: This research is conducted to find out the relationship between service quality towards satisfaction and loyalty in Bounty Discotheque in Legian, Kuta, Badung, Bali. The sampling technique used is a purposive sampling technique. Data is collected by observation, interview and 5 point Linkert scale questionnaire. The questionnaire was distributed to 140 tourists visiting Bounty Discotheque. The instrument is validated using SPSS version 2.1 to check the validity, reliability with its Cronbach Alpha Coeficien value. The validity value for the whole component of the instrument was above 0.3 as the standard value for the validity. The reliability value is 0,909 which is higher than the standard value 0.60. The data was analysed using partial least square – structural equation modeling (PLS-SEM). Based on the analysis with PLS-SEM on bootstrapping with significance of 5 persen degree of degree of freedom (DF) = number of data – 2 = 138 is 1,977 (t Table) that the result is that the relationship value between quality service toward is 19,332, the value relationship between quality service toward satisfaction is 9.533 and the relationship value between satisfaction and loyalty is 3.034. The value of t Statistics of those three variable is higher than the t Table (19.332; 9.533; 3.034 > 1.977). Therefore, it can be concluded that there is a significance relationship between quality service toward satisfaction, there is a significance relationship between quality service toward loyalty and there is a significance relationship between satisfaction toward loyalty.

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara kualitas layanan menuju kepuasan dan loyalitas di Diskotek Bounty di Legian, Kuta, Badung, Bali. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling. Data dikumpulkan oleh pengamatan, wawancara, dan kuesioner skala Linkert 5 poin. Kuesioner ini dibagikan kepada 140 wisatawan yang berkunjung ke Bounty Discotheque. Instrumen ini divalidasi menggunakan SPSS versi 2.1 untuk memeriksa validitas, keandalan dengan nilai Cronbach Alpha Coeficien-nya. Nilai validitas untuk seluruh komponen instrumen di atas 0,3 sebagai nilai standar untuk validitas. Nilai keandalan adalah 0.909 yang lebih tinggi dari nilai standar 0,60. Data dianalisis menggunakan sebagian persegi - pemodelan persamaan struktural (PLS-SEM). Berdasarkan analisis dengan PLS-SEM pada bootstrapping dengan signifikansi 5 persen derajat kebebasan (DF) = jumlah data - 2 = 138 adalah 1.977 (t Tabel) bahwa hasilnya adalah bahwa nilai hubungan antara layanan berkualitas menuju adalah 19.332, hubungan nilai antara layanan berkualitas menuju kepuasan adalah 9,533 dan nilai hubungan antara kepuasan dan loyalitas adalah 3,034. Nilai t Statistik dari ketiga variabel tersebut lebih tinggi dari Tabel t (19.332; 9.533; 3.034 > 1.977). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan signifikansi antara layanan berkualitas menuju kepuasan, ada hubungan penting antara layanan berkualitas menuju kesetiaan dan ada hubungan penting antara kepuasan terhadap kesetiaan.

Keywords: Quality Service, Satisfaction, Loyalty, Bounty Discotheque.

PENDAHULUAN

Pariwisata telah dikenal di dunia sejak zaman prasejarah namun tentu saja pengertian pariwisata pada zaman itu tidak seperti saat ini (modern). Sejak dahulu kala bangsa-bangsa di dunia seperti Sumeria, Phoenisia, sampai dengan Romawi sudah melakukan perjalanan, namun tujuannya masih untuk berdagang, menambah pengetahuan ilmu hidup, ataupun ilmu politik. Selanjutnya setelah modernisasi meluas di segala penjuru dunia, khususnya setelah terjadinya revolusi industri di Inggris, maka muncul traveller – traveller yang secara bergantian melakukan perjalanan pariwisata seperti yang kita kenal saat ini.

Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang baik adalah Bali. Bali memiliki obyek wisata yang sangat beragam. Potensi yang terkuat yang dimilikinya adalah pariwisata budaya. Bali dengan pariwisata budaya tersebut serta objek dan atraksi wisata yang tersebar di seluruh pulau Bali, mampu menarik minat wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara. Keindahan objek wisata seperti Tanah Lot, keunikan ritual agama Hindu, serta keindahan alamnya menjadi daya tarik utama Bali sebagai destinasi pariwisata (Annisa, 2012).

Faktor yang menyebabkan Bali sebagai daerah wisata yang sangat diminati oleh wisatawan, karena Bali memiliki kekhasan pada obyek wisata alam maupun wisata budayanya. Wisata alamnya yang sangat menarik adalah pantai, seperti pantai Kuta yang terletak di sebelah selatan pulau Bali memiliki pasir putih dan tanaman. Wisata budaya yang sangat erat dengan pelaksanaan ritual agama masyarakat Bali yang sebagian besar beragama Hindu sangat beragam dan memiliki karakteristik yang khas (Somantri, 2016).

Maraknya pariwisata di Bali mendorong para pelaku pariwisata menyediakan sarana penunjang pariwisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan seperti hotel/penginapan, restoran, art shop, pasar seni, sarana hiburan dan rekreasi. Salah satu sarana hiburan yang dapat memanjakan para wisatawan yang datang ke Bali di sela-sela aktivitas liburannya yaitu diskotek/bar ataupun cafe. Bali sendiri terutama di jalan Legian tepatnya di kawasan bom Bali I (Ground Zero) banyak terdapat tempat hiburan malam seperti café, bar atau diskotek.

Hiburan malam menjadi daya tarik bagi para wisatawan dalam mengisi liburan di Bali dengan mendengarkan musik atau menikmati minuman yang tersedia di cafe, bar atau diskotek. Hiburan malam pada umumnya dibangun dengan sarana dan prasarana yang lengkap yang sesuai dengan selera para pengunjung, Kondisi tersebut membuat

Bali menjadi magnet bagi para wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara. Bali semakin memikat dengan adanya pembangunan infrastruktur penunjang pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah Bali dan para wisatawan menjadikan Bali sebagai surga tempat berlibur.

Legian merupakan Desa Adat yang terletak di Kelurahan Kuta, Kecamatan Kuta, Kabupaten Badung. Kawasan Legian menjadi salah satu lokasi tempat hiburan malam seperti café, club, bar maupun diskotek tepatnya di seputaran Monument Bom Bali pertama. Semenjak peristiwa bom Bali pertama yang terjadi pada tahun 2002, kondisi pariwisata di Bali mengalami penurunan yang cukup drastis untuk tiga tahun kedepan. Hal ini mengakibatkan Bali mengalami kerugian yang sangat banyak untuk kedatangan wisatawannya, baik kerugian secara materi maupun beberapa masyarakat harus kehilangan usaha maupun pekerjaannya.

Saat ini di kawasan Legian sudah mulai ramai kembali, hal ini juga karena di kawasan ini sudah banyak didirikan hotel, restoran, café, bar maupun diskotek yang dimana dapat dinikmati wisatawan. Selain itu, pemerintah juga mendirikan sebuah monument bom Bali yang bertuliskan nama-nama korban dan negaranya serta tanggal kejadian peristiwa tersebut. Adanya tempat hiburan malam serta aktivitas yang dilakukan hingga dini hari menjadikan kawasan ini hampir setiap waktu selalu ramai dengan wisatawan nusantara maupun mancanegara. Banyaknya cafe serta tempat-tempat hiburan malam di sepanjang Jalan Legian Kuta membuat kawasan ini menjadi daya tarik istimewa bagi para wisatawan dalam mengisi liburan di Bali dengan hanya sekedar mendengarkan musik atau menikmati minuman yang disediakan.

Bounty Discotheque merupakan salah satu klub malam dari sekian banyak klub yang ada di Kabupaten Badung, khususnya Legian. Bounty Discotheque berada di Jalan Legian Kuta, Bali tepat di jantung Kuta *night life strip* (area hiburan malam). Bounty Discotheque dirancang sebagai tempat hiburan satu atap dimana pengunjung dapat menikmati musik, minuman, dan aktivitas lain yang ada di Bounty Discotheque. Bounty Discotheque mengambil inspirasi dari HMS Bounty kapal tua legendaris yang diluncurkan pada tahun 1784 di Inggris Britania Raya. Sebuah kapal Inggris yang memiliki misi untuk tujuan pengembangan tanaman (botani) yang mau dikembangkan di negara barat (Anonim, 2009).

Bounty Discotheque adalah tempat kehidupan malam legendaris di Legian, terkenal dengan bubble party dan fashion show-nya sebagian besar menarik wisatawan muda Australia dan pelajar

yang mencari tempat untuk melakukan hiburan larut malam dan melepaskan diri. Juga dikenal sebagai 'Bounty Ship', kompleks hiburan satu atap ini dilengkapi dengan diskotik yang luas, restoran, dan bar tempat penunjang dapat menikmati minuman keras dengan peragaan busana, penari, dan DJ yang berkumpul untuk memberikan musik yang menghibur. Klub yang berdekatan dengan Monumen Ground Zero ini memang menjadi salah satu pilihan wisatawan, terutama warga negara Australia untuk menikmati malam di Pulau Dewata. Bounty Discotheque memiliki tiga bar utama, yaitu Tavern bar yang menampilkan penampilan *live music* dengan band yang berbeda untuk setiap malamnya, Harbour bar menampilkan *live music* dan karaoke oleh Trio Vaganza, Captain Bar yang terdiri atas dua lantai untuk beragam aktivitas seperti pesta busa, penampilan busana dan lainnya. Selain ketiga bar tersebut, Bounty Discotheque juga memiliki *Cadet* yang berfungsi

sebagai lantai dansa dengan bar-nya sendiri. Bounty Discotheque memiliki daya tampung maksimum sebanyak 500 orang pengunjung, setiap harinya Bounty Discotheque menerima pengunjung minimum 150 orang dan 300 orang saat adanya *event*. Jumlah tersebut bisa mencapai dua kali lipatnya pada saat *high season* dan akhir bulan Desember, hal ini dapat mempengaruhi pelayanan yang diberikan oleh Bounty Discotheque karena keseluruhan pegawai di *night-club* ini hanya berjumlah 30 orang. Hal ini dapat dilihat saat pengunjung melakukan pemesanan makanan dan minuman yang menyebabkan timbulnya antrean sehingga menyebabkan penurunan kepuasan pengunjung.

Fasilitas yang dimiliki Bounty Discotheque terlihat mencukupi kebutuhan pengunjung ditambah dengan fasilitas meja biliard yang dapat digunakan gratis, walaupun banyak fasilitas seperti meja, kursi, dan panggung sudah terlihat tua dan kurang nyaman digunakan. Meskipun demikian Bounty Discotheque adalah salah satu dari banyaknya *night-club* yang berada di jalan Legian Kuta, namun Bounty Discotheque mampu bersaing dengan membuat atraksi – atraksi yang unik yang tidak dimiliki oleh klub-klub lain. Hal ini terlihat dengan ramainya wisatawan yang mengunjungi nightclub ini setiap harinya.

Berdasarkan pada latar belakang ini, penulis ingin mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas wisatawan di Bounty Discotheque di Legian, Kuta Bali.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian dilaksanakan di sebuah *night club* di Legian Kuta Bali yaitu Bounty Discotheque. Klub malam ini dipilih sebagai

tempat penelitian karena merupakan salah satu *night club* di Bali khususnya Badung yang memiliki tingkat kunjungan yang tinggi.

Untuk membatasi pengertian mengenai permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini maka diperlukan definisi operasional variabel (DOV). Definisi operasional variabel ditetapkan untuk menghindari kesalahan pemahaman atau perbedaan penafsiran terhadap istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini (Kusmayadi, et al., 2000). Lebih lanjut definisi operasional variabel ini bertujuan untuk memberikan batasan terhadap pengertian mengenai permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga yaitu variabel bebas (*independent*), variabel mediasi (*intervening*) dan variabel terikat (*dependent*).

Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi, atau yang menyebabkan timbulnya atau berubahnya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan.

Sebagaimana dikatakan oleh Zeithaml et.al (1990) bahwa kualitas layanan mengandung beberapa komponen yaitu 1. bukti fisik (*tangibles*) yang tercermin pada fasilitas fisik, peralatan, personil dan bahan komunikasi yang tersedia di Bounty Discotheque; 2. kehandalan (*reliability*) yaitu kemampuan memenuhi pelayanan yang dijanjikan secara terpercaya dan tepat oleh pegawai Bounty Discotheque; 3. ketanggapan (*responsiveness*) merupakan kemauan Bounty Discotheque untuk membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan yang tepat; 4. jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan dari para pegawai Bounty Discotheque dan kemampuan mereka untuk menerima kepercayaan dan kerahasiaan; dan 5. empati (*emphaty*) merupakan perhatian individual diberikan oleh Bounty Discotheque kepada para pelanggan.

Variabel Mediasi (Intervening Variable)

Variabel mediasi terbentuk karena adanya hubungan antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat). Mediasi adalah salah satu jenis variabel yang memiliki kemampuan dalam memperkuat atau bahkan memperlemah suatu hubungan secara langsung yang terjadi antara variabel independen dengan variabel dependen (Sangadji, et al., 2010). Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah kepuasan wisatawan. Kepuasan wisatawan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan. Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono dan

Fandy (2004) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari: 1. Kesesuaian harapan, Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi: produk yang disediakan Bounty Discotheque sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan; pelayanan oleh karyawan Bounty Discotheque sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan, fasilitas penunjang yang disediakan Bounty Discotheque sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan, 2. minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait yang meliputi minat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh Bounty Discotheque memuaskan. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk bounty Discotheque. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan Bounty Discotheque memadai. 3.

kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi: 1) menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan Bounty Discotheque karena pelayanan yang memuaskan, 2) menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan Bounty Discotheque karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai, dan 3) menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan Bounty Discotheque karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi produk yang disediakan.

Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah loyalitas wisatawan. Menurut Griffin dalam Sopiah (2013) "*Loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit.*" Berdasarkan definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih. Dengan kata lain, loyalitas pelanggan tidak datang secara tiba-tiba tetapi karena adanya keputusan sebagai akibat dari perlakuan produsen.

Dalam penelitian ini loyalitas dapat dilihat dari rata-rata pembelian ulang yang dilakukan oleh wisatawan, melakukan pembelian produk yang lainnya dari Bounty Discotheque, memberikan rekomendasi atau mempromosikan produk kepada orang lain, menunjukkan kekebalan terhadap

tarikan dari pesaing atau tidak mudah terpengaruh oleh bujukan pesaing.

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, kuesioner, dan studi kepustakaan. Teknik penentuan dan pengambilan sampel *purposive sampling*. Penentuan jumlah sampel menurut Supranto (2006) yaitu dengan menggunakan formula jumlah indikator dikalikan dengan 5 – 10. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 140

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis data statistik deskriptif, dengan metode Partial Least Square (PLS) dengan dua tahap, yaitu: 1. Tahap pertama adalah melakukan uji *measurement* model, yaitu menguji validitas dan reliabilitas konstruk dari masing-masing indikator, 2. Tahap kedua adalah melakukan uji struktural model yang bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antar variabel atau korelasi antara konstruk-konstruk yang diukur dengan menggunakan uji T dari PLS itu sendiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tempat hiburan malam Bounty pertama kali berdiri tahun 1985, berlokasi di Jalan Legian Tengah. Tempat hiburan malam Bounty ini didirikan atas kerjasama pengusaha lokal yaitu I Made Wiranatha dengan seorang warga negara Inggris bernama Steven William Gow.

Tempat ini berbentuk sebuah kapal, lengkap dengan atribut kapal yang sesungguhnya. Kapal ini terdiri dari dua lantai, lantai pertama untuk hiburan musik dan film, sedangkan lantai dua untuk operasional restoran yang diberi nama Restaurant Bounty. Tujuan didirikannya restoran ini adalah untuk memberikan pelayanan bagi para wisatawan yang ingin menikmati makan malam di luar hotel tempat mereka menginap. Misi yang diemban adalah memberikan pelayanan makanan kepada wisatawan dan untuk menghindari kejenuhan dengan memberikan hiburan malam bagi wisatawan setelah makan malam. Hiburan malam ini berupa musik dan film yang pada saat itu belum begitu banyak tersedia. Dengan adanya hiburan tersebut diharapkan para wisatawan lebih betah menikmati hiburan musik atau tontonan film asing sambil menikmati minuman.

Melihat antusias wisatawan pada saat menikmati musik sambil berdisco, maka disediakan area khusus untuk dansa (berdisco), lambat laun area tersebut berubah menjadi sebuah diskotek (*discotheque*). Memang pada saat itu belum banyak tempat hiburan malam seperti saat ini, hanya ada 2 yang berlokasi di Legian Kelod yaitu Peanuts dan Pink Panther. Beberapa tahun

kemudian muncul Sari Club dan Paddys Pub di Legian Kelod.

Setelah Bounty Restaurant beroperasi selama 10 tahun muncul kendala yang berupa masalah kontrak tanah, maka Steven dan Kadek Wiranata berinisiatif membuka Restaurant Bounty di Legian Kelod dengan ukuran kapal yang lebih besar, tempatnya di bekas areal Discotheque Peanut dan Pink Panther dengan nama *New Bounty Ship*. Beberapa tahun kemudian kata new dihilangkan hingga hanya menjadi Bounty Ship saja. Tapi saat ini Bounty Ship lebih populer dengan nama Bounty Discotheque. Pada penelitian ini selanjutnya akan disebut Bounty Discotheque.

Tidak jauh berbeda dengan Bounty Restaurant, tempat ini juga memiliki dua lantai, lantai pertama untuk lokasi bar dengan arena untuk berdisco serta penataan musik oleh Disc Jockey. Sedangkan untuk di lantai dua disiapkan restoran dengan pelayanan *Buffet Dinner* dengan kapasitas 150 kursi dengan 1 bar service saja. Dengan jumlah karyawan 97 orang tempat hiburan malam Bounty Discotheque mulai beroperasi dengan memberikan pelayanan makanan, minuman dan hiburan malam.

Tempat hiburan malam Bounty Discotheque yang berada di Jalan Legian, Lingkungan Legian Kelod, Kelurahan Legian, Kecamatan Kuta, Kabupaten Badung ini resmi beroperasi sejak 17 Desember 1997. Bentuk perusahaan tempat hiburan malam ini berbentuk sebuah Perseroan Terbatas (PT) dengan nama PT. Kuta Megatara. Perusahaan ini memiliki Surat Ijin Usaha Perdagangan Minuman Beralkohol dengan nomor (SIUP. MB) NO: 044/22-08/MB/V/2007 tertanggal 23 Mei 2007 yang dikeluarkan oleh Dinas Perdagangan Provinsi Bali. Ijin ini diberikan untuk kegiatan perdagangan minuman beralkohol di bar & restaurant. Karena Bounty Discotheque setiap bulan mengadakan atau menyelenggarakan event maka diperlukan ijin keramaian setiap bulan yang dikeluarkan oleh Poltabes Badung. Dengan ijin yang dipegang, tempat hiburan malam ini siap memberikan pelayanan terbaik serta produk makanan dan minuman yang berkualitas. Ijin operasional keramaian diberikan dari pukul 20.00 Wita – 02.00 Wita.

Bounty Discotheque adalah tempat kehidupan malam legendaris di Legian, terkenal dengan bubble party dan fashion show-nya sebagian besar menarik wisatawan muda Australia dan pelajar yang mencari tempat untuk melakukan hiburan larut malam dan melepaskan diri. Juga dikenal sebagai 'Bounty Ship', kompleks hiburan satu atap ini dilengkapi dengan diskotik yang luas, restoran, dan bar tempat penunjang dapat menikmati minuman keras dengan peragaan busana, penari,

dan DJ yang berkumpul untuk memberikan musik yang menghibur.

Pengujian Outer Model

Pengujian outer model dilakukan dengan tujuan untuk melihat validitas (*validity*) dan realibilitas (*realibility*) konstruk (*construct*) suatu model. Analisis pengujian ini akan dilihat dari pengaruh faktor *loading*, *Average Variance Extracted (AVE)*, dan *discriminant validity*, serta *composite reliability*.

- Faktor Loading

Faktor loading adalah langkah awal untuk pengujian validitas suatu model, syarat faktor loading diharuskan bernilai > 0,7 agar indikator dikatakan valid. Jika nilai kurang dari yang diharapkan maka perlu adanya penghapusan dari model (Husein, 2015). Analisis faktor loading ini menggunakan aplikasi PLS versi 3.3. Adapun hasil analisis outer model penelitian dengan PLS versi 3.3 tersebut dapat dilihat pada Diagram 1.

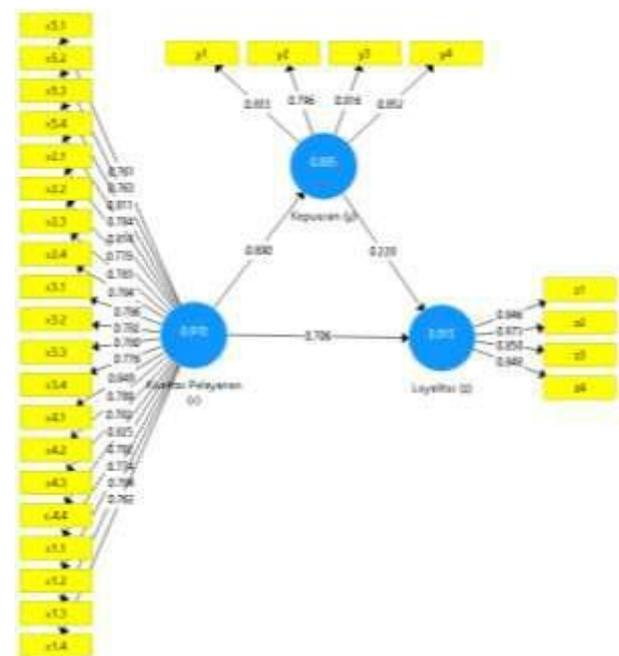


Diagram 1. Faktor Loading PLS v3.3

Sumber: Analisis Data, 2020

Jika dilihat dari Gambar 4.1 di atas maka dapat dinyatakan bahwa ketiga variabel laten memiliki nilai faktor loading >0,7 sehingga dapat dilakukan analisis selanjutnya.

- Average Variance Extracted (AVE)

Average Variance Extracted (AVE) adalah nilai yang digunakan dalam pengujian validitas konvergen karena nilai didapat dari keluaran *convergent validity*. Pada penelitian ini, nilai AVE yang diharapkan adalah >0,5% maka bila dilihat dari konstruk variabel laten semua konstruk bernilai diatas 0,5 (>0,5). Variabel laten semua

konstruk pada penelitian ini menggunakan PLS versi 3.3. Hasil analisis AVE dengan PLS versi 3.3 tersebut dapat dilihat pada Tabel 1. di bawah ini.

Tabel 1. Hasil Average Extracted Value PLS v.3.3

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Kepuasan (X2)	0,680
Kualitas Pelayanan (X1)	0,621
Loyalitas (Y)	0,730

Sumber: Analisis Data 2020

Tabel di atas memberikan nilai AVE di atas 0,5 untuk semua konstruk yang terdapat pada model penelitian. Nilai terendah AVE adalah sebesar 0,621 pada konstruk X, dan nilai tertinggi pada nilai AVE yakni terdapat pada variabel Y Kepuasan adalah sebesar 0,730, Sehingga uji discriminant validity dapat dilanjutkan.

C. Discriminant Validity

Discriminant Validity dapat diuji dengan melihat Tabel *cross loading*, keluaran ini digunakan untuk menguji validitas diskriminan pada tataran indikator dengan ketentuan, korelasi antara indikator dengan variabel latennya > dibandingkan dengan korelasi antara indikator dengan variabel laten lainnya. Uji Discriminant Validity ini dilakukan dengan menggunakan PLS versi 3.3. Hasil uji tersebut dapat dilihat pada tabel 2. dibawah ini.

Tabel 2. Hasil Cross Loading PLS v.3.3

	Kualitas Pelayanan (X1)	Kepuasan (X2)	Loyalitas (Y)
X1. 5.1	0,761	0,703	0,710
X1. 5.2	0,763	0,719	0,681
X1. 5.3	0,811	0,714	0,744
X1. 5.4	0,784	0,698	0,705
X1. 2.1	0,814	0,753	0,765
X1. 2.2	0,778	0,730	0,690
X1. 2.3	0,783	0,669	0,682
X1. 2.4	0,784	0,676	0,693
X1. 3.1	0,786	0,686	0,671
X1. 3.2	0,782	0,681	0,720

X1. 3.3	0,780	0,669	0,726
X1. 3.4	0,776	0,675	0,737
X1. 4.1	0,849	0,715	0,774
X1. 4.2	0,799	0,729	0,719
X1. 4.3	0,782	0,668	0,757
X1. 4.4	0,825	0,726	0,728
X1. 1.1	0,782	0,710	0,690
X1. 1.2	0,774	0,722	0,738
X1. 1.3	0,784	0,683	0,706
X1. 1.4	0,762	0,695	0,686
X2. 1	0,742	0,833	0,720
X2. 2	0,737	0,796	0,709
X2. 3	0,723	0,816	0,728
X2. 4	0,732	0,852	0,665
Y1	0,760	0,742	0,846
Y2	0,801	0,749	0,873
Y3	0,779	0,726	0,850
Y4	0,766	0,708	0,848

Sumber: Analisis Data, 2020

Pada table 2. tentang discriminat validity ditemukan hasil bahwa semua variabel laten dan variabel manifest sudah berkorelasi valid karena seluruh korelasi indikator dengan variabel latennya e. korelasi antara indikator dengan variabel laten lainnya. Selanjutnya dilakukan uji *Composite Reliability*.

4) *Composite Reliability*

Dalam memastikan tidak adanya masalah pada pengukuran maka langkah terakhir pada *outer model* adalah menguji undimensionalitas dari model uji *unidimensionality* ini dilakukan dengan menggunakan *composite reliability* dan *alpha cronbach* untuk kedua indikator titik *cut of value* dengan nilai adalah 0,7. Uji *composite reliability* ini dilakukan dengan PLS versi 3.3. Adapaun hasil uji tersebut disajikan pada Tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Composite reliability

Variabel	Composite Reliability
Kepuasan (X2)	0,895
Kualitas Pelayanan (X1)	0,970
Loyalitas (Y)	0,915

Sumber: Analisis Data, 2020

Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* untuk semua konstruk adalah di atas 0,7 yang menunjukkan bahwa semua konstruk pada model yang diestimasi memenuhi kriteria *discriminant validity*. Nilai *composite reliability* yang terendah adalah sebesar 0,895 pada konstruk X2 Kepuasan, dan konstruk yang memiliki konsistensi tertinggi terdapat pada konstruk X1 Kualitas Pelayanan adalah sebesar 0,970, juga pada konstruk Y Loyalitas adalah 0,915.

Pengujian Inner Model

Pengujian Inner model dilakukan dengan tujuan untuk melihat koefisien determinasi R² (R-Square) suatu model.

7) Koefisien Determinasi R² (R-Square)

Goodness of fit pada PLS dapat diketahui dengan nilai Q2. Nilai Q2 memiliki arti yang sama dengan koefisien determinasi (R-Square) dalam analisis regresi.

Tabel 4. Koefisien Determinasi R² (R-Square) Model

	R Square	R Square Adjusted
Kepuasan (X2)	0,792	0,791
Loyalitas (Y)	0,837	0,835

Sumber: Analisis Data, 2020

Tabel 4. menunjukkan bahwa nilai korelasi dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan yang mengunjungi Bounty Discotheque adalah 79,2% dan sebesar 20,8% dipengaruhi oleh variabel lain. Juga nilai korelasi dari kualitas pelayanan terhadap Loyalitas wisatawan yang mengunjungi Bounty Discotheque adalah 83,7% dan sebesar 16,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan

Untuk melakukan pengujian hipotesis dalam smart PLS dapat dilakukan dengan menghitung t hitung (To) dibandingkan dengan nilai t-Tabel (Ta). Nilai Tabel dengan signifikansi 5 persen dan

degree of freedom (DF) = jumlah data (N) - 2 yaitu 140 - 2 = 138 adalah 1,977 (t Tabel). Hasil pengujian hipotesis tersebut ditampilkan pada diagram 2 sebagai berikut:

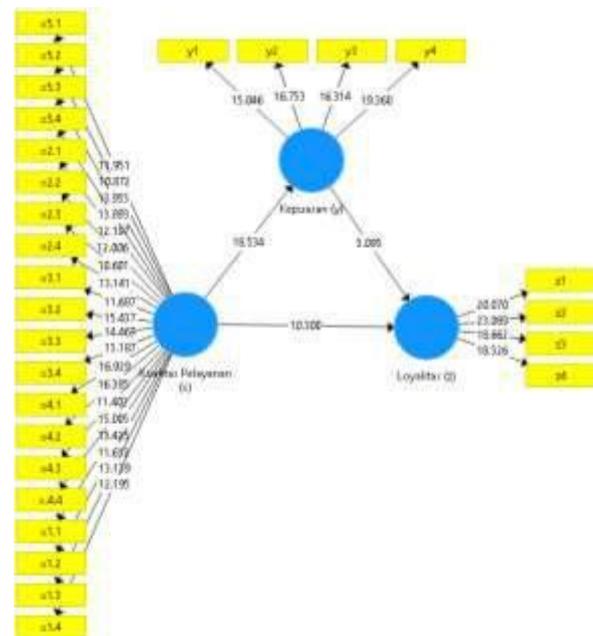


Diagram 2. Uji Hipotesis (Hasil *Bootstrapping*)

Sumber: Analisis Data, 2020

Untuk dapat menentukan apakah sebuah hipotesis diterima atau ditolak maka harus dilakukan perbandingan antara dua nilai yaitu nilai t-statistik dengan nilai t-Tabel. Hartono dalam Jogiyanto dan Abdillah (2009) menjelaskan ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai t-Table dan t-statistik. Jika t-statistik lebih tinggi dibandingkan nilai t-Tabel (t-statistik > t-Table), berarti hipotesis terdukung atau diterima.

Berdasarkan gambar 4.2 di atas ditemukan bahwa nilai *t-statistic* pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan adalah 18,534 sementara nilai t-Tabel adalah 1,977. Ini menunjukkan bahwa nilai t-statistik > t-Tabel (18,534 > 1,977). Hal ini berarti bahwa pengaruh kualitas pelayanan (X) signifikan terhadap kepuasan (Y) wisatawan yang berkunjung ke Bounty Discotheque dikarenakan nilai t-hitung melebihi nilai t-Tabel. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dinyatakan bahwa hipotesis 1: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan, diterima. Hal ini didukung oleh hasil pengamatan atau observasi selama penelitian diketahui bahwa Bounty Discotheque memiliki kualitas pelayanan yang baik. Rata-rata nilai yang diberikan oleh wisatawan terhadap kualitas layanan adalah 4,28. Artinya bahwa pelayanan yang diberikan di Bounty Discotheque sudah baik dengan acuan skala Linkert.

Selain itu hipotesis 1 diterima didukung oleh testimoni pelanggan yang diwawancarai secara acak sebagaimana kutipan berikut ini:

“As a miner in Darwin, I needed a fit condition, that makes me tired and stressed. When I got my annual leave, as soon as possible, I flew to Bali. I came to Bounty Discotheque, it's the best club in Bali. My motivation to come here is to have fun. Here I can sing, dance with the latest song, and enjoy the special drinks. I enjoy it and I love it.”(Eli Quin, Pegawai swasta, Februari 2020)

Berdasarkan pada kutipan di atas diketahui bahwa Bounty Discotheque telah dijadikan sebagai tempat pilihan oleh wisatawan untuk melepas stress, menikmati hiburan, berdansa maupun menikmati minuman. Wisatawan tersebut menyampaikan bahwa Bounty Discotheque adalah klub terbaik di Bali, ini artinya bahwa wisatawan tersebut telah mendapatkan pengalaman yang memuaskan dari pelayanan yang berkualitas di Bounty Discotheque.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang melihat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan. Hasil penelitian Fullerton dan Taylor (2002) membuktikan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas layanan dengan kepuasan. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2011) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Peneliti lain yang melakukan penelitian beberapa tahun kemudian juga masih menemukan hasil yang sama. Rakhman dkk (2014) menyatakan bahwa ada pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan. Rifaldi (2016) yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan. Vera Lusiana (2015) menyatakan hasil analisis jalur dalam pengujian antara kualitas pelayanan menunjukkan koefisien yang positif.

Hasil penelitian ini juga mendapat dengan arah pengaruh yang positif dari hasil penelitian Sigit Wiharjo (2017) yang menyatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang terbukti signifikan, bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan penumpang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Wisatawan

Diagram 2. di atas menggambarkan nilai t-statistik pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas wisatawan yang mengunjungi Bounty Discotheque dengan nilai 10,300. Sementara nilai t-Tabel adalah 1,977. Ini menunjukkan bahwa nilai t-statistik > t-Tabel (10,300 > 1,977). Hal ini menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan

(X1) signifikan terhadap loyalitas (Y) wisatawan yang mengunjungi Bounty Discotheque. Berdasarkan hasil analisis dan penjelasan Hartono dalam Jogiyanto dan Abdillah (2009) bahwa ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai t-Table dan t-statistik. Jika t-statistik lebih tinggi dibandingkan nilai t-Tabel (t-statistik > t-Table), berarti hipotesis terdukung atau diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa Hipotesis 2: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas, diterima.

Kualitas layanan memang ternyata berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Testimoni pelanggan yang diwawancarai saat melakukan penelitian di lapangan juga menunjukkan bahwa wisatawan menikmati produk yang disediakan Bounty Discotheque dan berencana kembali berkunjung ke Bounty Discotheque. Ini berarti bahwa wisatawan ini adalah wisatawan yang memiliki loyalitas terhadap Bounty Discotheque.

“My job as an office worker makes me really bored. When I've got my holidays I will go to Bali. I always come to Bounty Club whenever I am in Bali. I come here to have a good time. I enjoyed the atmosphere, I enjoyed the party, the drinks, the music and I love the Bounty. I thoroughly enjoy it.” (Isla Sacks, pegawai swasta, Februari 2020).

Selain hasil wawancara tersebut di atas, hipotesis 2: kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas, diterima, hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti lain juga menunjukkan hasil yang sama. Irnandha (2016) membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, Ribuna (2017) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas, dan Raharjo (2010) menemukan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian lain yang juga senada dengan hasil penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan Mosahab, et al. (2010) yang menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah. Jahroni (2009) yang melakukan penelitian di BCA Tbk, juga menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan, komitmen, kepercayaan pada BCA Tbk. Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Arab et al. (2012) yang berpendapat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan

Diagram 2. di atas menunjukkan hasil hitung nilai t-statistik yaitu 3,095. Sementara nilai telah diketahui bahwa nilai t-Tabel adalah 1,977. Berdasarkan Hartono dalam Jogiyanto dan Abdillah (2009) bahwa ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai t-Table dan t-statistik. Jika t-statistik lebih tinggi dibandingkan nilai t-Tabel (t-statistik > t-Table), berarti hipotesis terdukung atau diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai t-statistik > t-Tabel (3,095 < 1,977). Nilai t-statistik merepresentasikan pengaruh kepuasan dan nilai t-Tabel merepresentasikan loyalitas maka dapat dinyatakan bahwa signifikan antara kepuasan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas (Y) wisatawan yang mengunjungi Bounty Discotheque. Berdasarkan hal tersebut dapat dinyatakan bahwa hipotesis 3 kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas, diterima.

“I know I can always have a good time here, the staffs ara friendly, musics loud, drinks are good, and I love these bubble party that they’re having each week, if I was living in Bali, I would party here every week.” (Sophia Kidman, wirausaha, Februari 2020).

Selain hasil wawancara tersebut di atas, hipotesis 3: kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas, diterima, didukung oleh hasil-hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti lain di berbagai bidang yang juga menunjukkan hasil yang sama. Kusuma (2018) menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan yang menggunakan jasa PT. KAI Malang. Begitu juga penelitian yang dilakukan Agustina, dkk (2018) pada pada pengguna operator seluler Telkomsel sebanyak 115 orang bahwa berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh hasil bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,331 yang berarti bahwa apabila variabel kepuasan meningkat maka dapat pula meningkatkan variabel loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan di bidang pariwisata yang dilakukan oleh Subawa (2020), yang melakukan penelitian tentang loyalitas pelanggan pada *Lila Tour and Travel* menemukan bahwa hasil analisis menunjukkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Palilati (2007) juga menemukan bahwa kepuasan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan perbankan di Sulawesi Selatan.

Yulisetiari (2015) melakukan penelitian terhadap kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan yang menggunakan bank konvensional di Situbondo juga menemukan bahwa hasil analisis menunjukkan bahwa nilai T-statistik > nilai T-tabel yaitu 3,339 > 1,982 yang artinya bahwa variabel kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan pada taraf signifikansi 9,001. Peneliti lain yaitu Thungasal (2019) yang meneliti tentang pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di Hotel Kasuari menemukan bahwa kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktifitas karyawan. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kepuasan Memediasi Antara Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Wisatawan

Variabel intervening adalah variabel yang mengantari (memediasi) hubungan variabel eksogen (bebas) dengan variabel endogen (terikat) dengan kriteria jika nilai P-Values<0,05, maka signifikan, artinya variabel mediator, memediasi pengaruh suatu variabel eksogen terhadap suatu variabel endogen. Dengan kata lain, pengaruhnya adalah tidak langsung. Jika nilai P-Values>0,05, maka tidak signifikan, artinya variabel mediator tidak memediasi pengaruh suatu variabel eksogen terhadap suatu variabel endogen. Dengan kata lain, pengaruhnya adalah langsung (Juliandi, 2018).

Pada penelitian ini pengujian pengaruh variabel intervening memediasi antara variabel independent dengan variabel dependent dilakukan dengan menggunakan teknik *bootstrapping* pada aplikasi smartPLS yang hasilnya dapat dilihat pada Tabel 5. di bawah ini.

Tabel 5. *Specific Indirect Effect* Hasil Bootstrapping SmartPLS

	<i>Original Sample</i>	<i>Standard</i>	<i>T</i>	<i>P</i>
	<i>Sample Mean</i>	<i>Deviation</i>	<i>Statistics</i>	<i>Values</i>
	(O)	(STDEV)	(O/STDEV)	
(X1) ->	0,141	0,133	0.068	2.983
(X2) ->				0.003
(Y)				

Sumber: Analisis Data 2020

Tabel 5. *Specific Indirect Effect* Kualitas Pelayan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan dilakukan pada aplikasi smartPLS versi 3.3.2 dengan hasil bahwa kepuasan (X2) memediasi antara kualitas pelayanan (X1) dan loyalitas (Y) dengan nilai T statistik 2,983 (>1.9) dan nilai P Values 0,003 ($<0,005$) maka dapat dinyatakan adanya pengaruh tidak langsung atau kepuasan (X2) telah memediasi antara kualitas layanan (X1) dan loyalitas (Y). Hasil observasi penelitian di lapangan ditemukan banyak wisatawan mengatakan bahwa mereka merasa puas akan produk-produk yang disediakan oleh Bounty Discotheque. Mereka juga menyampaikan bahwa mereka berniat untuk mengunjungi Bounty Discotheque kembali. Dari sini dapat dilihat bahwa perasaan loyal para wisatawan kepada Bounty Discotheque tumbuh sebagai akibat dari perasaan puas yang telah mereka rasakan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bounty Discotheque.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aryani dan Rosinta (2010) yang menyatakan bahwa kepuasan mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah. Sikap loyal nasabah dapat tercipta melalui pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Penelitian ini serupa dengan penelitian Malik, (2012) menemukan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan dalam memediasi hubungan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian yang dilakukan Putri dan Suasana (2017), juga menemukan hasil bahwa kepuasan secara signifikan memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Renon. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin baik dan berkualitas layanan yang diberikan oleh pihak Bounty Discotheque membuat wisatawan merasa puas, dengan tingkat kepuasan yang tinggi akan dapat menimbulkan sikap loyal wisatawan untuk datang kembali menggunakan jasa/produk yang ditelaah disediakan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan yang mengunjungi Bounty Discotheque, terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas wisatawan yang mengunjungi Bounty Discotheque, tidak terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan dan loyalitas wisatawan yang mengunjungi Bounty Discotheque. Berdasarkan perhitungan dengan

menggunakan software smartPLS V.3.3 maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

2. Nilai T-statistik pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan yang mengunjungi Bounty Discotheque adalah $(18,534) > T\text{-tabel } (1,977)$, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dengan terdapat 81,5% kepuasan yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan wisatawan yang mengunjungi Bounty Discotheque.
3. Nilai T-statistik pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas wisatawan yang mengunjungi Bounty Discotheque adalah $(10,300) < T\text{-tabel } (1,977)$, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dengan terdapat 80,5% loyalitas dipengaruhi oleh kualitas pelayanan wisatawan yang mengunjungi Bounty Discotheque.
4. Nilai T-statistik pengaruh kepuasan terhadap Loyalitas wisatawan yang mengunjungi Bounty Discotheque adalah 3,095, sementara nilai T-tabel adalah 1,977. Ini menunjukkan bahwa nilai T-statistik $(3,095) > T\text{-tabel } (1,977)$, sehingga dapat dinyatakan bahwa kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan pengamatan selama melakukan penelitian di Bounty Discotheque ada beberapa saran yang disampaikan sebagai berikut:

1. Untuk dapat mempertahankan keberlangsungan organisasi atau usaha di zaman digitalisasi ini, promosi melalui media sosial dan internet menjadi pilihan yang sangat baik untuk mempromosikan produk-produk perusahaan. Melihat Bounty Discotheque hanya menggunakan media promosi melalui Facebook dan *mouth to mouth promotion*, banyak calon pelanggan yang tidak dapat mengetahui produk yang dimiliki. Sehingga sebaiknya Bounty Discotheque melakukan promosi melalui berbagai media sosial seperti Instagram, Tweeter, Linkend, Telegram, Blogger, Vlog, Youtube channel, Google Ads, dan melalui media web site yang profesional.
2. Walaupun bukti fisik, fasilitas dan kapasitas Bounty Discotheque sudah dinilai baik oleh pelanggan tetapi masih ada fasilitas di beberapa bar seperti *bar stool*, meja dan kursi masih terlihat kurang terawat yang

menyebabkan beberapa responden memberikan nilai yang sangat tidak baik karena hal ini dapat mengurangi kenyamanan mereka sehingga sebaiknya fasilitas dirawat secara rutin sehingga memberikan rasa nyaman.

3. Sikap pelayanan yang tidak diskriminatif sangat diharapkan oleh para pelanggan. Karena dalam penelitian ini ditemukan masih ada responden (12 orang) yang menilai karyawan Bounty Discotheque masih menunjukkan sikap diskriminatif dalam melayani pengunjung, maka pihak manajemen perlu memberikan arahan atau pelatihan kepada karyawan cara melayani yang inklusif. Hal ini dimaksudkan menjaga loyalitas pelanggan terhadap Bounty Discotheque.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. & Jogiyanto, 2009. *Partial Least Square (PLS) Alternatif SEM dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit: Andi.
- Annisa, W., 2012. *Bali Sebagai Salah Satu Destinasi Favorit Wisatawan Jepang*. Jakarta: Skripsi, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia.
- Anon., 2009. *HMS Bounty*. [Online] Available at: http://wikipedia.org/wiki/HMS_Bounty [Accessed 27 Maret 2019].
- Anon., 2019. *Bounty Discotheque Bali*. [Online] Available at: http://www.baliaround.com/bounty_discotheque_bali/bountydiscotheque [Accessed 27 Maret 2019].
- Fullerton, G. & Taylor, S., 2002. Mediating, Interactive, and Non-Linear Effects in Service Quality and Satisfaction with Services Research. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, Vol. 19 12346(No. 2).
- Hartono, J., 2008. *Metodelogi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Hartono, J., 2008. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kelima ed. Yogyakarta: BPFE.
- Husein, A. S., 2015. *Modul Ajar Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan SmartPLS 3.0*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Irnandha, A. & Utama, A., 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta)*. Yogyakarta: Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Jahroni, 2009. Pengaruh Kualitas Layana Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan, Komitmen, Kepercayaan pda BCA Tbk.. *Jurnal Akuntansi Manajemen Bisnis dan Sektor Publik*.
- Juliandi, A., 2018. *Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) Menggunakan SmartPLS*, Batam: Universitas Batam.
- Kusmayadi, Sugiarto & Endar, 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kusuma, E. C., 2018. Pengaruh Nilai Yang Diterima Pelanggan dan Kualitas Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator, dan Gender Sebagai Moderator (Studi pada PT. KAI Kota Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 5(No. 1), pp. Hal 42 - 50.
- Lusiana, V., 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Larissa Aesthetic Center Semarang)*. Semarang: Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Malik, S., 2012. Customer's Satisfaction, Perceived Service Quality and Mediating Role of Perceived Value. *International Journal of Marketing Study*, Vol. IV(No. 1), pp. 68 - 76.
- Metayunika, V., 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy) Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Dealer Mitsubishi PT. Bumen Redja Abadi Semarang)*, Semarang: Skripsi, Fakultas Ekonomia dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Mosahab, M. & Ramayah, 2010. Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation. *The Journal Bussiness Research*, Vol. 3(No. 4 October 2010).
- Oktafani, F., 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Lapangan Futsal (Studi Kasus pada IFI Futsal Bandung). *Journal Universitas Telkom*, Volume September.
- Oliver, S., 2007. *Strategi Public Relations*, Jakarta: Penerbit: Erlangga.
- Palilati, A., 2007. Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 9(No. I), pp. Hal. 73 - 81.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L., 1988. SERVQUAL: A Multiple - Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vol. 64(No. 1).
- Puh, B., 2014. Destination Image and Tourism Satisfaction: The Case of a Mediterranean Destination. *Mediterranean Journal of Social Sciences MCSER Publishing Rome - Italy*, Vol. 5(No. 13 (online) Doi: 10.5901/mjss.2014/v5m13[0538]).
- Putri, D. A. M. M. D. G. & Suasana, I. G. A. K. G., 2017. Peran Kepuasan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalits Nasabah. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, Vol. VI(No. 11), pp. 6271 - 6297.

- Raharjo, I. L., 2015. *Analisis Pengaruh Harga, Kepercayaan Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada J.CO Donats 3. Coffee Java Mall*. Semarang: Skripsi, Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Diponegoro.
- Ratminto & Winarsih, A., 2005. *Manajemen Pelayanan, Disertai dengan Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ribuna, I., 2017. *Pengaruh Experiential Marketing, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Komsumen Terhadap Loyalitas Komsumen (Studi Kasus pada Pengguna Jasa Transportasi Bus Trans Jogja di Yogyakarta)*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universita Negeri Yogyakarta.
- Rifaldi & Sulistyowati, 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Go-Jek Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Epigram*, Vol. 13(No. 2).
- Rosyidah, E., Sunarti, A. & Pangestuti, E., 2017. Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Balekambang Kabupaten Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 51 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang(No. 2).
- Salisbury, W., Chin, W., Gopal, A. & Newsted, P., 2002. Better Theory Through Measurement-Developing a Scale to Capture Concensus on Appropriation. *Information System Research*, 113(103).
- Sangadji, Mamang, E. & Sopiah, 2010. *Metodologi Penelitian - Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit: Andi.
- Sekaran, U., 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis Buku 1*. 4 ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Shahrivar, R. B., 2012. Factors That Influence Tourist Satisfaction. *Journal of Travel and Torusim Research*, Issue Special Issue Destination Management: University of Malaya, Malaysia.
- Sobel, M. E., 1982. *Asymptotic Sonfidence Intervals for Indirect Effects in Structural Equation Models*. In S Leindhardt (Ed), *Sociological Methodology* ed. Washington DC: American Sociological Association.
- Sofi, M., Hakim, I. & Gadoo, M., 2014. Service Quality Variables and Tourist Satisfaction at Destination Level - A Study of J&K Tourism. *International Journal of Applied Research and Studies*, Volume 3.10.20908/ijars.v3i2.9527.
- Somantri, L., 2016. *Keunggulan Bali Sebagai Daerah Tujuan Wisata Andalan Indonesia*. [Online] Available at: https://www.academia.edu/11453306/Keunggulan_pulau_bali_sebagai_daerah_tujua_wisata_a_n_dalan_indonesia [Accessed 17 Maret 2019].
- Sopiah, E., 2013. *Perilaku Konsumen*. 1 ed. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.

- Subawa, I. G. B. & Sulistyawati, E., 2020. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 9(No. 2). DOI: <http://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.V09.102.p16>, pp. Hal. 718 - 736.
- Sugiyono, 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*, Bandung: Alfa Beta.
- Suharyadi & Purwanto, S. K., 2009. *Statistika: Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Edisi Buku 2 ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Supangat, A., 2007. *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensial, dan Nonparametik*. Edisi Pertama ed. Jakarta: Kencana.
- Supranto, J., 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suryoatmono, B., 2004. *Statistika Non Parametik dan Penerapannya dalam Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sutedja, W., 2007. *Panduan Layanan Konsumen*, Jakarta: Grasindo Anggota IKAPI.
- Suwantoro, G., 2009. *Dasar - Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Thungasal, C. E. & Siagian, H., 2019. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Hotel Kasuari. *AGORA*, Vol. 7(No. 1).
- Tjiptono & Fandy, 2004. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama ed. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, Chandra & Gregorius, 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Veloutsou, 2005. Determinants of Customer Satisfaction in Fast Food Industry. *Journal of Management Strategy*, Vol. 3(No. 3).
- Walker, L. J. & Harrison, L., 2001. The Measurement of Word of Mouth Communication and An Investigation of Service Quality and Customer Commitment as Potential Antecedents. *Journal of Service Research*, 4(1), pp. 60 - 75.
- Wijaya & Irwan, B. O., 2013. Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap PDB Negera-Negera Asean Periode 2000-2010. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Surabaya*, Vol. 2(1), p. Surabaya: Calyptra.
- Wijaya, T., 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Cetakan ke 1 ed. Jakarta: PT. Indeks A. Muri.
- Yulisetiari, D., 2015. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Bisma, Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 9(No. I), pp. Hal. 17 - 28.
- Yusuf, 2005. *Metodologi Penelitian (Dasar - Dasar Penyelidikan Ilmiah)*, Padang: UNP Press.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. & Berry, L. L., 1990. *Delivering Quality Service Balancing Customer Perception and Expectation*. New York: The Free Press.