

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN TAMU YANG MENGINAP DI *THE OASIS
BOUTIQUE BEACH RESORT AND SPA* TANJUNG BENOA
KAB. BADUNG**

**A.A Sg. Istri Ratih Pratiwi¹
I Made Jatra²**

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia
e-mail: gung_ratih092@yahoo.com/telp:+62 81 99 91 41 707

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia

ABSTRAK

Kualitas layanan sangat dibutuhkan perusahaan, terutama usaha dibidang jasa perhotelan karena kepuasan pelanggan dapat didasari oleh bagaimana pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu perusahaan. Karena semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, maka pelanggan akan semakin puas dan dapat meningkatkan keuntungan serta terciptanya loyalitas pelanggan untuk menginap di hotel tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan secara serempak dan parsial terhadap kepuasan tamu yang menginap di *The Oasis Boutique Beach Resort and Spa* Tanjung Benoa Kab. Badung. 130 responden terpilih sebagai sampel penelitian. Analisis regresi linear berganda digunakan sebagai teknik analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan yang terdiri atas bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan tamu yang menginap di *The Oasis Boutique Beach Resort and Spa* Tanjung Benoa Kab. Badung.

Kata kunci: *bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati*

The quality of service needed by the company, particularly in the field of hospitality services business as customer satisfaction can be based on how the services provided by the company to the customer. Customer satisfaction is a key to the success of a company. Because the higher the quality of services provided, then the customer will be more satisfied and can increase profits and create customer loyalty to stay at the hotel. The purpose of this study was to determine the effect of service quality dimensions simultaneously and partially to the satisfaction of the guests who stay at The Oasis Boutique Beach Resort Benoa district Badung. 130 respondents was selected as the study sample. Multiple linear regression analysis is used as a data analysis technique. The results showed that the quality of services consisting of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy influence simultaneously and partially to the satisfaction of the guests who stay at The Oasis Boutique Beach Resort Benoa district Badung.

Key words: *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*

PENDAHULUAN

Bali merupakan salah satu tujuan wisata favorit, dimana sektor pariwisata telah konsisten terus dikembangkan sehingga menjadi sektor andalan Bali. Seiring dengan pesatnya kemajuan industri pariwisata di Bali maka fasilitas yang mendukung kemajuan ini juga tumbuh semakin maju, dapat dilihat dari hotel berbintang lima dengan *standart* international, villa hingga hotel kelas melati banyak tersebar di berbagai daerah Bali. Bisnis perhotelan juga membuka peluang bisnis yang besar bagi para investor (dalam maupun luar negeri) dan masyarakat Bali pada umumnya. Mereka melihat banyaknya peluang bisnis yang ada di Bali, sehingga mereka tertarik untuk menanam modal di bidang perhotelan dan sektor jasa yang lainnya.

Menurut Widyawati (2006:73) jasa perhotelan merupakan salah satu akomodasi komersial yang menyediakan berbagai jenis layanan (*service*) seperti; layanan penginapan, penyiapan makanan dan minuman untuk siapa saja yang membutuhkan. Sewa kamar atau jasa penginapan menjadi produk utama yang dijual oleh usaha akomodasi. Jika sebelumnya produk atau jasa utama sebuah hotel yang menjadi kebutuhan utama wisatawan adalah kamar atau penginapan, seiring dengan terjadinya perkembangan kini konsumen lebih mengharapkan sesuatu yang bukan hanya sekedar kamar menginap, namun mereka lebih mengharapkan hal lain seperti pelayanan dan kualitas layanan tersebut.

Salah satu kunci sukses dari setiap bisnis adalah kualitas yang ditawarkan. Apabila konsumen telah merasa kualitas yang ditawarkan mampu memenuhi ekspektasinya melalui produk dan pelayanan pada suatu tingkat harga yang rasional, perusahaan akan memperoleh profit dari konsumen yang terpuaskan (Thio, 2001). Menurut Mattila dalam (Sutomo, 2012) pelanggan yang mengalami kegagalan pelayanan yang diterimanya, cenderung akan memberikan informasi yang negatif kepada orang lain terhadap jasa tersebut. Informasi negatif mengenai suatu perusahaan akan berdampak pada citra perusahaan tersebut dimata pelanggan sehingga pelanggan beralih menggunakan produk pesaingnya.

Ketatnya persaingan dalam bisnis kini semakin menuntut penyedia jasa atau layanan agar selalu memanjakan konsumen atau pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik. Pelayanan serta produk yang terbaik tentunya akan menjadi pilihan para pelanggan dalam mencari barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya (Assauri, 2003). Dengan memberikan pelayanan yang maksimal, diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen (Atmawati dan Wahyuddin, 2007). Menurut penelitian Afrizawati (2012), kekuatan kualitas pelayanan merupakan basis kepuasan konsumen, karena dari pelayanan akan memunculkan *satisfaction* tersendiri yang dirasakan oleh konsumen yang mempergunakan pelayanan baik dalam bentuk jasa maupun produk, sehingga akan muncul kekuatan dimana mengakibatkan seorang konsumen kembali menggunakan pelayanan yang dirasa membawa kepuasan.

Menurut Ahmed *et.al* (2010), keberhasilan jangka panjang suatu organisasi tergantung pada banyak faktor. Untuk mencapai tingkat keberhasilan organisasi tersebut harus mencoba untuk memuaskan pelanggannya dengan menyediakan layanan berkualitas terbaik. Pelanggan yang kurang puas dengan layanan jasa atau produk yang dirasakan, maka akan beralih untuk mencari pelayanan jasa atau produk yang dianggap lebih baik dari pelayanan jasa atau produk sebelumnya. Jumlah pesaing serta semakin intensnya suatu persaingan menyebabkan suatu perusahaan harus memaksimalkan usahanya dalam memberi pelayanan yang berbeda dari para pesaing, dengan tetap memperhatikan kebutuhan serta keinginan konsumen dan berusaha memenuhi ekspektasi konsumen. Dengan memberikan pelayanan yang maksimal, diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen (Atmawati dan Wahyuddin, 2004).

Menurut Gocek *et al.* (2007) mendapatkan konsumen baru memerlukan biaya empat kali lebih besar dibandingkan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, jadi dapat dilihat kepuasan pelanggan mempunyai peranan penting bagi perusahaan. *Feed back* (umpan balik) dari konsumen kepada perusahaan dapat menjadi suatu tolak ukur atau indikator untuk mengetahui kepuasan dari para konsumennya, sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk keperluan pengembangan dan implementasi serta peningkatan kepuasan pelanggan. Pada saat pelanggan komplain, merupakan sebuah peluang bagi perusahaan tersebut untuk dapat memperbaiki dan meningkatkan layanannya

sehingga dapat memuaskan pelanggan yang belum puas. Biasanya pelanggan mempunyai komitmen yang besar pada perusahaan yang menanggapi komplain darinya (Musanto, 2003).

The Oasis Boutique Beach Resort and Spa adalah sebuah hotel dengan standart hotel bintang 4. Hotel ini memiliki cukup banyak hotel pesaing yang berada di dekat hotel tersebut. Hotel yang berada di jalan Pratama No. 68.A Tanjung Benoa, Nusa Dua ini disarankan untuk dapat lebih meningkatkan kualitas layanan yang diberikan pihak hotel kepada tamu dengan cara semakin memenuhi apa yang dibutuhkan dan dianggap penting oleh pelanggan. Hal tersebut dilakukan karena para wiraswasta saling bersaing agar semakin menarik dimata konsumen dan meningkatkan pelayanan dengan cara mereka masing-masing serta memberikan nilai tambah pada produk atau jasa mereka (Griselda dan Panjaitan, 2007). Hal ini dikarenakan keunggulan suatu produk jasa sangat tergantung dari keunikan serta kualitas yang ditawarkan oleh jasa tersebut, apakah telah sesuai dengan keinginan dan ekspektasi pelanggan. Implikasinya, baik buruknya suatu kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi ekspektasi pelanggan secara konsisten (Arief dan Suryawinata, 2010).

Kepuasan pelanggan melalui pemberian layanan bermutu merupakan komitmen dan tanggung jawab dari manajemen dan seluruh karyawan hotel. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan, perusahaan dapat mengukurnya berdasarkan lima dimensi kualitas layanan jasa yaitu berdasarkan bukti fisik,

keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Menurut Lam (2007) manajer harus selalu meninjau perubahan lingkungan dan merebut peluang untuk meningkatkan kinerja organisasi mereka, khususnya perubahan dalam persaingan pasar dan harapan pelanggan. Kualitas layanan adalah akar dari kepuasan pelanggan dan terkait dengan hasil perilaku yang dilakukan pelanggan, seperti menyampaikan kualitas layanan yang diberikan suatu perusahaan jasa atau barang melalui mulut ke mulut, adanya keluhan, merekomendasikan atau berpindah ke pesaing lainnya (Yavas *et.al.* 2004). Bagaimanapun kualitas layanan dianggap sebagai konstruksi yang lebih eksklusif daripada kualitas produk. Ada pengertian kuat dalam literatur bahwa kualitas layanan adalah penilaian pelanggan dimana harapan dan kinerja dibandingkan menurut Scott dan Shieff (1993).

Dalam penelitian ini dipilih variabel dimensi kualitas layanan sebagai fokus dari penelitian. Penelitian difokuskan pada variabel tersebut karena diduga variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan tamu saat menginap di *The Oasis Boutique Beach Resort and Spa* Tanjung Bena Kab. Badung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di *The Oasis Boutique Beach Resort and Spa* Tanjung Bena Kab.Badung, yang beralamat di Jl.Pratama No. 68 A, Tanjung Bena, Kuta, Badung, Bali. Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh

kualitas layanan terhadap kepuasan tamu yang menginap di *The Oasis Boutique Beach Resort and Spa* Tanjung Bena Kab. Badung dengan 130 responden sebagai sampel penelitian.

Tabel 1
Identifikasi Variabel Penelitian

| Klasifikasi | Variabel | Dimensi | Indikator | Simbol Indikator |
|----------------|---|------------------------|--|------------------|
| Variabel Bebas | Kualitas layanan (X): Andika Buchori (2006), Aryanti, dkk. (2006) | Bukti Fisik (X_1) | Penataan <i>eksterior</i> dan <i>interior</i> kamar | $X_{1,1}$ |
| | | | Fasilitas kamar dan hotel | $X_{1,2}$ |
| | | | Kebersihan dan <i>housekeeping</i> hotel | $X_{1,3}$ |
| | | | Fasilitas <i>restoran</i> | $X_{1,4}$ |
| | | | Tempat parkir yang tersedia | $X_{1,5}$ |
| | | | Lokasi yang strategis | $X_{1,6}$ |
| | | | Penampilan karyawan | $X_{1,7}$ |
| | | Keandalan (X_2) | <i>Tarif</i> hotel | $X_{2,1}$ |
| | | | Kemudahan cara pembayaran | $X_{2,2}$ |
| | | | Kemudahan pemesanan kamar | $X_{2,3}$ |
| | | Daya Tanggap (X_3) | Pelayanan yang cepat dan tepat | $X_{3,1}$ |
| | | | Kesigapan karyawan hotel dalam melayani konsumen | $X_{3,2}$ |
| | | | Kesigapan karyawan hotel dalam menangani keluhan konsumen | $X_{3,3}$ |
| | | | Pemberian informasi secara jelas dan dimengerti mengenai fasilitas yang disediakan hotel | $X_{3,4}$ |
| | | Jaminan (X_4) | Keamanan dan kenyamanan konsumen | $X_{4,1}$ |
| | | | Kejujuran karyawan hotel | $X_{4,2}$ |
| | | | Pelayanan yang sopan dan ramah | $X_{4,3}$ |
| | | | Citra hotel dimata konsumen | $X_{4,4}$ |
| | | Empati (X_5) | Kepekaan karyawan hotel terhadap keinginan dan kebutuhan tamu | $X_{5,1}$ |
| | | | Pemberian pelayanan terhadap semua konsumen tanpa pilih-pilih | $X_{5,2}$ |
| | | | Tingkat keutamaan kepentingan konsumennya | $X_{5,3}$ |

| | | | |
|------------------|--|---------------------------------|----------------|
| Variabel Terikat | Kepuasan Tamu (Y): Trarintya (2011) | Kesesuaian harga | Y ₁ |
| | | Kepuasan terhadap produk | Y ₂ |
| | | Perasaan senang | Y ₃ |
| | | Sesuai harapan | Y ₄ |
| | | Pelayanan keseluruhan memuaskan | Y ₅ |

Sumber: Data Diolah

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

Hasil pengujian instrumen penelitian ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

| Indikator | Koefisien Korelasi | Reliabilitas |
|-------------------------|--------------------|------------------|
| Bukti fisik | 0,661 - 0,904 | 0,886 |
| Keandalan | 0,787 - 0,847 | 0,749 |
| Daya tanggap | 0,897 - 0,936 | 0,930 |
| Jaminan | 0,738 - 0,918 | 0,859 |
| Empati | 0,774 - 0,895 | 0,711 |
| Kepuasan tamu | 0,572 - 0,854 | 0,807 |
| Syarat Lolos Uji | > 0,30 | > 0,60 |

Sumber: Data Primer Diolah

Nilai koefisien korelasi > dari 0,30 serta nilai reliabilitas > dari 0,60 yang menunjukkan bahwa keseluruhan instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini telah valid dan reliabel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu pada *The Oasis Boutique Beach Resort and Spa* Tanjung Benoa Kab.Badung

Tabel 3
Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

| Nama Variabel | Koef. Regresi | Sig. t |
|---|---------------|------------------|
| Bukti fisik | 0,320 | 0,000 |
| Keandalan | 0,251 | 0,013 |
| Daya tanggap | 0,219 | 0,017 |
| Jaminan | 0,233 | 0,008 |
| Empati | 0,337 | 0,007 |
| Konstanta = -2,655 | | R = 0,713 |
| F hitung = 25,685 | | R square = 0,509 |
| F sig = 0,000 | | |
| Persamaan Regresi: $Y = -2,655 + 0,320 (X_1) + 0,251 (X_2) + 0,219 (X_3) + 0,233 (X_4) + 0,337 (X_5) + e$ | | |

Sumber: Data Primer Diolah

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 4
Rekapitulasi Hasil Uji Asumsi Klasik

| Normalitas | Variabel | Multikolinearitas | | Heteroskedastisitas |
|------------|--------------|-------------------|-------|---------------------|
| | | Tolerance | VIF | |
| 0,476 | Bukti fisik | 0,807 | 1,239 | 0,062 |
| | Keandalan | 0,823 | 1,215 | 0,530 |
| | Daya tanggap | 0,688 | 1,453 | 0,309 |
| | Jaminan | 0,842 | 1,187 | 0,843 |
| | Empati | 0,816 | 1,226 | 0,763 |

Sumber: Data Primer Diolah

Hasil pengujian normalitas menunjukkan hasil sebesar ($0,476 > 0,05$), hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan keseluruhan variabel memiliki nilai *tolerance* $> 0,1$ dan *VIF* < 10 , serta hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai sig. keseluruhan variabel $> 0,05$. Keseluruhan hasil tersebut menunjukkan bahwa penelitian telah terbebas dari masalah asumsi klasik.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara serempak kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu *The Oasis Boutique Beach Resort and Spa* Tanjung Bena Kab. Badung. Temuan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hidayati (2010), Arya (2008), Griselda dan Panjaitan (2007), serta Agyapong (2001) yang menunjukkan seluruh dimensi kualitas pelayanan jasa berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa masing-masing variabel kualitas pelayanan yang terdiri atas bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan tamu yang berarti semakin baik bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, serta empati yang ditawarkan *The Oasis Boutique Beach Resort and Spa* Tanjung Bena Kab. Badung maka dapat meningkatkan kepuasan tamu yang menginap di

The Oasis Boutique Beach Resort and Spa Tanjung Benoa Kab. Badung. Temuan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Akbar dan Parvez (2009), Stefanus (2008), serta Arianti, dkk (2006) menyatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Simpulan penelitian ini yaitu:

- 1) Variabel kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan tamu, sehingga variabel kualitas layanan secara serempak mempengaruhi kepuasan tamu yang menginap di *The Oasis Boutique Beach Resort and Spa* Tanjung Benoa Kab. Badung.
- 2) Bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan tamu, sehingga semakin baik bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang ditawarkan pihak hotel maka dapat meningkatkan kepuasan tamu yang menginap di *The Oasis Boutique Beach Resort and Spa* Tanjung Benoa Kab. Badung.

Saran

Saran dalam penelitian ini adalah:

- 1) Secara simultan, seluruh variable kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan tamu yang menginap di *The Oasis Boutique Beach Resort and Spa* Tanjung Bena Kab. Badung. Sehingga pihak manajemen hotel sebaiknya dapat mempertahankan kualitas layanan yang baik dimata tamu hotel, agar dapat bertahan di tengah-tengah persaingan yang semakin ketat ini.
- 2) Secara parsial, masing-masing dimensi kualitas layanan pada *The Oasis Boutique Beach Resort and Spa* Tanjung Bena Kab. Badung berpengaruh terhadap kepuasan tamu hotel. Dapat dilihat Variabel Empati merupakan variabel yang memperoleh hasil tertinggi, sedangkan untuk variabel daya tanggap sebaiknya lebih diperhatikan kembali, karena terbukti dari hasil pengujian statistik variabel daya tanggap memperoleh hasil paling rendah dibandingkan dengan variabel lainnya. Hal ini dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kecepatan dan kesigapan dalam melayani tamu maupun keluhan tamu, serta pemberian informasi mengenai fasilitas yang disediakan *The Oasis Boutique Beach Resort and Spa* Tanjung Bena Kab. Badung.

DAFTAR REFERENSI

- Afrizawati. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Arista Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis*, VII: ISSN: 2085-1375.
- Agyapong, Gloria K.Q. The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in The Utility Industry – A Case of Vodafone (Ghana). *International Journal of Business and Management*, 6(5): pp:203-210.
- Ahmed, Isfaq, Nawas, Muhamad, Usman Ahmad dan Iqbal Hassan. 2010. Impact of Service Quality on Customers Satisfaction. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 1(12).
- Akbar, M. Muzahid and Parvez, Noorjahan. 2009. Impact of Service Quality, Trust and Customer satisfaction on Consumer Loyalty. *ABC Journal*, 29(1): pp: 24–38.
- Arianti, Maya, Tendi Haruman, Iwan Ridwansyah, Stevanus Adree. 2006. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Widyatama. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi*, 7(3): hal: 873-887.
- Arief, Mohhammad dan Suryawinata, A. Yahya.2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya pada Loyalitas Mahasiswa Universitas Trunojoyo. *Jurnal Studi Manajemen*, 4(1): hal: 42-57.
- Arya Paramarta, Wayan. 2008. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pizza Hut Gatot Subroto Denpasar. *Forum Manajemen*, 6(2): hal: 43-55.
- Assauri, Sofjan. 2003. Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction. *Usahawan*, 01.
- Atmawati, Rustika dan Wahyuddin, M. 2004. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 5(1):hal: 54-61.
- Gocek, Ikilem, Senem Kursun, dan Yesim Iridag Beceren. 2007. The Perception of Customer Satisfaction in Textile Industry According to Genders in Turkey. *International Journal of Social and Human Sciences*, 1, pp: 149-153.

- Griselda, Gretel dan Panjaitan, Tagor Muda. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 2(1): hal: 39-63.
- Hidayati, Ernayati. 2010. Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen*, (2)2: ISSN: 20085-0972.
- Lam, Terence Y.M. 2007. The Validity of Quality practices on performance of outsourced professional housing services. 9(12),pp: 590-603.
- Musanto, Trisno 2003. Faktor-Faktor Kepuasan konsumen dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* 6(2): hal: 123 – 136.
- Scott, Don dan Shieff David. 1993. Service Quality Components and Group Criteria in Local Government. *International Journal of Industry Management*, 4(4),pp: 42-53.
- Stefanus, Thomas. 2008. Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(1): hal: 66-83.
- Sutomo, Maskuri. 2012. Kepuasan Pelanggan Menginap di Hotel Berbintang di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(1): hal: 79-93.
- Thio, Shienny. 2001. Membangun *Service Quality* Untuk Mencapai Kepuasan Konsumen di Industry *Hospitality*. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 3(1): hal: 61-71.
- Yavas Ugur, Benkenstein Martin, Stuhldreier Uwe. 2004. Relationship between service quality and behavioral outcomes. *The International Journal of Bank Marketing*, 22(2), pp: 144-157.