

Submitted 10 Mei 2020

Accepted 18 Juni 2020

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN PELANGGAN DI F&B SERVICE DEPARTEMENT
NUSA DUA BEACH HOTEL BALI**

I Gede Witayasa¹, I Nyoman Sudiarta²

¹Dosen STIE Bali International Institute of Tourism Management,

²Dosen Fakultas Pariwisata Universitas Udayana

E-mail: gedewitayasa@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara simultan untuk mengetahui variabel dominan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang menggunakan jasa F&B Service Departement Nusa Dua Beach Hotel Bali. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dan metode pengumpulan data berupa kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrumen (validitas dan reliabilitas) serta analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan, berdasarkan analisis koefisien determinasi diperoleh hasil *R square* (koefisien determinasi) sebesar 0,270 artinya bahwa 27,0% variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial (individu) pada variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil signifikansi $t(0,010) < \alpha 0,005$. Sedangkan pengaruh variabel *tangible* menunjukkan hasil yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $t(0,000) > \alpha 0,05$.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality consisting of tangible variables, reliability, responsiveness, assurance, and empathy simultaneously to determine the dominant variables that affect customer satisfaction. The number of respondents in this study were 100 respondents who used the services of the F&B Service Department of Nusa Dua Beach Hotel Bali. Sampling technique using purposive sampling technique and data collection methods in the form of questionnaires. The data analysis technique used is the instrument test (validity and reliability) and simple linear regression analysis. The results showed, based on the analysis of the coefficient of determination obtained R square results (coefficient of determination) of 0.270 means that 27.0% of customer satisfaction variables are influenced by service quality variables, consisting of tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy, while the rest is influenced by Other variables not discussed in this study. There is a partially significant effect (individual) on the variables of reliability, responsiveness, assurance, and empathy to customer satisfaction with the significance of $t(0.010) < \alpha 0.005$. While the influence of tangible variables showed insignificant results on customer satisfaction with a value of $t(0,000) > \alpha 0.05$.

Keywords: Service Quality, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Ketatnya persaingan dewasa ini menuntut setiap organisasi dan individu untuk membangun pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Salah satunya adalah membangun kualitas pelayanan untuk mencapai kepuasan pelanggan karena pelanggan yang puas akan menyebabkan mereka ingin membeli kembali dan merekomendasikan kepada orang lain.(Da Costa Mendes *et al.*, 2010);(Dawes and Dawes, 2009)(Marôco and Marôco, 2013)

Dalam menentukan tingkat kualitas pelayanan ada dua faktor yang mempengaruhi yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang dirasakan (*perceived service*). Dalam hal ini, apabila pelayanan yang diharapkan sesuai dengan harapan pelanggan maka kualitas pelayanan yang diberikan tersebut dinilai memuaskan (Parasuraman, A; Zeithaml, 1988);(Dominici and Guzzo, 2010)

Kepuasan merupakan elemen penting dalam memasarkan barang dan jasa, kepuasan merupakan evaluasi atas kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Kualitas pelayanan yang baik menyebabkan kepuasan yang semakin meningkat. Pentingnya pengukuran kualitas layanan dan kepuasan pelanggan menyebabkan banyaknya dilakukan penelitian terkait kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan yang menggunakan jasa hotel atau pada industri hospitality.(Wu and Ko, 2013);(Eshetie, Seyoum and Ali, 2016) y

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan, mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa". Tjiptono dan Chandra (2011:193)

Demikian juga halnya dengan yang terjadi di F&B Service Departement Nusa Dua Beach Hotel Bali yang merupakan salah satu perusahaan jasa penginapan yang masih eksis di tengah ketatnya iklim persaingan. Perusahaan selalu berupaya memberikan pelayanan yang berkualitas dan sesuai standar kerja perusahaan. Kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan sangat penting bagi perusahaan, karena pelanggan yang merasa puas dengan pelayanann yang diberikan akan memberikan dampak positif bagi perusahaan salah satunya adalah pelanggan ingin menginap kembali dan merekomendasikan kepuasan mereka kepada orang lain. Tingginya tingkat loyalitas pelanggan memberikan reputasi yang baik bagi hotel.

Berbicara hotel di kawasan *Bali Tourism Development Corporation* (BTDC) Nusa Dua, yang sekarang bernama *Indonesian Tourism Development Corporation* (ITDC), maka identik dengan resor dan hotel bintang lima yang tak pernah sepi dari kegiatan MICE.Tempat ini sangat cocok untuk tempat menginap dan pelesiran, salah satunya adalah Nusa Dua Beach Hotel & Spa. Ini adalah salah satu hotel yang berdiri di kawasan BTDC Nusa Dua. Usianya memang sudah tua berdiri tahun 1983. Tetapi bukan berarti kesan tua yang hadir dalam hotel ini, apalagi sejak pemugaran besar-besaran yang selesai pada Desember 2011, hotel ini

menawarkan kamar dengan nuansa Bali yang dilengkapi dengan taman yang sangat luas.

Luas hotel adalah 9 hektar, sebanyak 63 persen merupakan lahan terbuka. Dua persen bangunan suci, ada dua Pura dan sisanya adalah bangunan gedung. Nuansa eksotik semakin terlihat dengan taman penuh rerumputan, pohon yang menghijau, dan tanaman bunga berwarna warni. Hotel ini semakin mempesona karena tepat berhadapan dengan panorama Pantai Nusa Dua yang cantik dengan pasir putih yang halus. Menyantap sarapan di hamparan taman atau makan malam tepi pantai. Secara keseluruhan, hotel ini mengangkat nuansa bagai istana kerajaan di Bali. Tamu ibarat para bangsawan yang tinggal di istana. Kamar di Nusa Dua Beach Hotel & Spa bernuansa etnik Bali sangat kental terasa. Bahkan di salah satu suite, pintu kamar mandi digantikan oleh kayu jati penuh ukiran Bali yang bertindak sebagai pintu dorong berukuran besar.

Salah satu kamar suite memiliki langit-langit penuh dengan lukisan wayang khas Bali, memiliki 382 kamar dan suite. Tipe deluxe seluas 34 meter persegi dilengkapi teras berpintu kayu. Sementara di kamar premier terdapat tambahan *bath tub* dalam kamar mandi, serta area duduk. Ada pula pilihan bantal yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan tamu. Nuansa bagai berada di istana Bali semakin kental jika tamu menyantap makan malam di Raja's. Restoran yang menawarkan kuliner autentik Bali, mengusung konsep makan malam ala raja Bali. Selain Raja's, pelayanan bak raja Bali bisa diperoleh dengan pelayanan Palace Club yang memberikan privasi bagi tamu serta pelayanan 24 jam *butler* termasuk jasa penyetrikan serta akses 24 jam ke *lounge*. Fasilitas lainnya adalah restoran Maguro Asian Bistro, Chess Bar dan Mediterranean Tamarind Restaurant, dan The Lobby yang merupakan lounge hotel.

Berdasarkan paparan pada latar belakang dapat dirumuskan dua permasalahan yaitu Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di F&B Service Departemen Nusa Dua Beach Hotel Bali?, dan Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di &B Service Departemen Nusa Dua Beach Hotel Bali?

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan sesuai harapan pelanggan. Konsep kualitas pelayanan pertama kali dikembangkan oleh Parasuraman dan kawan - kawan (1988), yang selanjutnya menjadi acuan oleh para peneliti yang berkaitan industri hospitaliti diantaranya (Marôco and Marôco, 2013);(Dominici and Guzzo, 2010);(Collins and Parsa, 2006);(Basit and Handayani, 2018);(Thio, 2001)

Dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima, atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan, begitu sebaliknya. Tjiptono dan Chandra (2011:193) menyebutkan bahwa model kualitas jasa yang populer dan hingga kini banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *SERVQUAL* (singkatan dari *service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, dkk (1988). *SERVQUAL* dibangun atas adanya perbandingan dua factor utama yaitu persepsi pelanggan terima (*perception service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan atau

expected service(Parasuraman, A; Zeithaml, 1988)

B. Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan

Parasuraman, dkk (1988) mengungkapkan terdapat lima indikator utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu:

- a) **Bukti Langsung (*tangibles*)**. Pada suatu bentuk kualitas pelayanan yang diperhatikan perusahaan, maka terdapat suatu dimensi yang disebut dengan *tangibles* atau bukti langsung. Bukti langsung disini dapat diartikan sebagai bagaimana kemampuan perusahaan atau produsen dalam menunjukkan eksistensi atau kemampuannya ketika berhadapan langsung dengan konsumen.
- b) **Kehandalan (*reliability*)**. Dalam melayani konsumen dengan sebaik-baiknya dan akhirnya bisa memberikan suatu kepuasan kepada konsumen. Diharapkan setiap pegawai memiliki kemampuan yang handal, mengetahui mengenai seluk beluk prosedur kerja, mekanisme kerja, memperbaiki berbagai kekurangan atau penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur kerja dan mampu menunjukkan dan memberikan arahan yang benar kepada setiap bentuk pelayanan yang belum dimengerti oleh masyarakat, sehingga memberi dampak positif atas pelayanan tersebut.
- c) **Daya Tanggap (*responsiveness*)**. Keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, Tanggap disini diartikan bagaimana bentuk respon perusahaan terhadap segala hal-hal yang berhubungan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.
- d) **Jaminan (*assurance*)**. yaitu pengetahuan dan kemampuan karyawan memberikan trust serta kepercayaan diri. Perusahaan mampu memberikan jaminan atas reputasi perusahaan. Perusahaan menjamin dapat memberikan pelayanan yang terbaik, karena karyawan memiliki pengetahuan dan kompetensi yang memadai.
- e) **Empati (*empathy*)**. Perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan dalam menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan.

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di F&B Service Departement Nusa Dua Beach Hotel Bali. Hal ini penting dilakukan mengingat kualitas pelayanan hotel merupakan salah satu layanan yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan kepuasannya kepada orang lain. Namun pada penelitian ini hanya meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasannya saja.

B. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah adalah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di F&B Service Departement Nusa Dua Beach Hotel Bali.

C. Definisi Operasional Variabel

Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: 1) Kualitas pelayanan, menggunakan konsep Parasuraman, dkk (1988); Lovelock, and Wirtz (2007); Tjiptono, dan Chandra (2011).

Tangible (bukti fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati). 2) Kepuasan pelanggan, merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya Berdasarkan pada

definisi konseptual dari variabel penelitian maka diperoleh indikator operasional yang meliputi: *desire service* dan *adequate service*.

D. Populasi dan Sampel.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang datang ke F&B Service Department Nusa Dua Beach Hotel Bali. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden menggunakan konsep slovin, yang diambil secara acak atau *accidental sampling* (Sugiyono, 2014:165).

E. Metode Pengumpulan Data

Karena penelitian ini adalah penelitian kuantitatif maka alat utama yang digunakan adalah kuesioner. Pelanggan mengisi kuesioner yang diberikan, untuk mengetahui persepsi atas kualitas layanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan hotel yang datang ke F&B Service Department Nusa Dua Beach Hotel Bali. Penelitian ini juga dilengkapi dengan studi dokumentasi dan observasi langsung untuk melihat kondisi riil layanan yang diberikan oleh staff hotel.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan meliputi: Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Sederhana, Uji Hipotesis (uji t-test) dan Uji Determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil dan Pembahasan

Adapun hasil dan pembahasan penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut: 1) pengujian Normalitas, 2) pengujian Heteroskedastisitas, dan 3) pengujian Regresi Linier Sederhana.

B. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas model dapat digambarkan bahwa dapat diketahui Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0,111 yang berarti lebih besar dari *level of significant* 5%. Hal ini menunjukkan data yang digunakan pada penelitian ini terdistribusi secara normal. Seperti disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Pengujian Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,35197210
Most Extreme Differences	Absolute	0,080
	Positive	0,080
	Negative	-0,068
Test Statistic		0,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		,111 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : (data diolah, 2020)

C. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Uji Heteroskedastisitas dapat dijelaskan hasil uji *heteroskedastisitas* melalui uji *Glejser* pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa signifikansi (sig), pada masing-masing variabel bernilai lebih dari 0.05. Dalam hal ini menunjukkan tidak terjadi *heteroskedastisitas* dalam model regresi pada penelitian ini dan variabel independen dinyatakan tidak mengalami *heteroskedastisitas*. Selengkapnya disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas – Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,004	1,389		0,003	0,998
	Kualitas Pelayanan	0,049	0,063	0,078	0,773	0,442

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: (data diolah, 2020)

D. Uji Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan hasil Uji Regresi Linier Sederhana diketahui bahwa nilai konstanta a dan koefisien regresi b, adalah sebagai berikut: a= 18,303, b= 0,175. Oleh karena itu, persamaan regresi linier sederhana yang menyatakan pengaruh variabel bebas Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y) pada F&B Service Department Nusa Dua Beach Hotel Bali dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 18,330 + 0,175X$$

Berdasarkan hasil persamaan yang diperoleh, maka Kualitas Pelayanan (X) besarnya satu satuan (orang), maka besarnya Kepuasan Pelanggan (Y) menjadi 18,303 satuan (orang) atau meningkat sebesar rata-rata 18,303. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan di F&B Service Departement Nusa Dua Beach Hotel Bali. Ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh manajemen di F&B Service Departement Nusa Dua Beach Hotel Bali sudah baik, hal ini terbukti telah meningkatkan Kepuasan Pelanggan yang menggunakan jasa di F&B Service Departement Nusa Dua Beach Hotel Bali.

Secara statistik dapat dijelaskan bahwa, apabila Kualitas Pelayanan yang diberikan semakin baik maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan yang menggunakan jasa di F&B Service Departement Nusa Dua Beach Hotel Bali. Dengan Bahasa lain apabila Kualitas Pelayanan semakin meningkat maka

Kepuasan Pelanggan juga kan semakin meningkat. Demikian sebaliknya, apabila Kualitas Pelayanan semakin menurun akan menyebabkan Kepuasan Pelanggan semakin menurun pula. Hasil perhitungan secara statistik disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	18,303	2,316	
	Kualitas Pelayanan	0,175	0,105	0,165

a. Dependent Variable: Kepuasan_pelanggan

Sumber :(data diolah, 2020)

Pada beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan dapat menyebabkan meningkat loyalitas pelanggan untuk berkunjung kembali, untuk menikmati layanan makan dan minuman pada suatu hotel atau restoran. (Marôco and Marôco, 2013). Namun pada penelitian ini peneliti tidak melakukan penelitian pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.

E. Uji Hipotesis (T-test)

Berdasarkan hasil Uji Hipotesis (T-test) diketahui besarnya nilai t hitung untuk variabel Pelayanan (X) adalah 1,659 dengan nilai Sig = 0,010 lebih kecil dari probabilitas 0,05. Artinya hasil uji menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} (1,659) > t_{tabel} (1,664)$, sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak, H_1 diterima, berarti variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di F&B Service Departement Nusa Dua Beach Hotel Bali. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh beberapa peneliti seperti.(Marôco and Marôco, 2013) (Rao, 2013) bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh staf hotel menyebabkan tamu yang menginap merasa puas. Selengkapnya hasil uji statistik disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji T-test

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	7,902	0,000

	Kualitas Pelayanan	1,659	0,010
--	--------------------	-------	-------

Sumber :(data diolah, 2020)

F. Uji Determinasi

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai koefisien sebesar 27 %. Mengandung makna bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan hanya sebesar 27%, sisanya sebesar 63% dipengaruhi faktor lain, yang tidak dibahas pada penelitian ini. Dengan demikian, dapat dijelaskan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh manajemen di F&B Service Departement Nusa Dua Beach Hotel Bali hanya sebesar 27% yang menyebabkan pelanggan puas. Menunjukkan pula kualitas layanan yang diberikan masih rendah,. Sisanya sebanyak 73% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti faktor harga yang terlalu mahal, pengalaman yang kurang menyenangkan selama di hotel atau mungkin juga karena faktor emosi wisatawan, atau faktor suasana hati karyawan yang tidak baik pada saat melayani tamu, yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian (Eshetie, Seyoum and Ali, 2016) yang menemukan sebanyak 54% kepuasan tamu dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh staff hotel. Menunjukkan adanya variasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan yang menginap pada industri hotel. Selengkapnya hasil statistik disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Koefisien Determinasi

Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,165 ^a	0,270	0,017
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan			

Sumber : (data diolah, 2020)

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di F&B Service Departement Nusa Dua Beach Hotel Bali maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana diperoleh hasil bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), yang berarti bahwa apabila pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Begitu juga sebaliknya apabila kualitas pelayanan menurun maka kepuasan pelanggan juga akan menurun.
- Berdasarkan Uji Determinasi diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 27% dan sisanya 73% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Seperti pengaruh harga, emosi pelanggan, citra hotel dan pengalaman pelanggan sebelumnya.

B. Saran

- a. Mengingat terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada di F&B Service Departement Nusa Dua Beach Hotel Bali, maka variabel-variabel tersebut tetap dipertahankan dan lebih ditingkatkan sehingga kepuasan pelanggan semakin meningkat serta dapat meningkatkan loyalitas pelanggan
- b. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain pelayanan yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen kepuasan pelanggan misalnya, pengaruh pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain di luar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- c. Peneliti berikutnya juga diharapkan meneliti pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan, untuk meneliti apakah kepuasan pelanggan menyebabkan loyalitas pelanggan untuk berkunjung kembali dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak manajemen STIE Bali International Institute of Tourism Management, yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil sehingga penelitian ini dapat terlaksana, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak manajemen F&B Service Departement Nusa Dua Beach Hotel Bali atas waktu yang diberikan kepada kami untuk melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Basit, A. and Handayani, R. (2018) 'PADA ALLIUM TANGERANG HOTEL (Studi Eksplanatif pada Allium Hotel Tangerang)', *Lontar Jurnal Komunikasi*, 6(2), pp. 70–78.
- Collins, M. and Parsa, H. G. A. (2006) 'Pricing strategies to maximize revenues in the lodging industry', 25, pp. 91–107. doi: 10.1016/j.ijhm.2004.12.009.
- Da Costa Mendes, J. *et al.* (2010) 'The tourist experience: Exploring the relationship between tourist satisfaction and destination loyalty', *Tourism*, 58(2), pp. 111–126.
- Dawes, J. and Dawes, J. (2009) 'The Effect of Service Price Increases on'. doi: 10.1177/1094670508328986.
- Dominici, G. and Guzzo, R. (2010) 'Customer Satisfaction in the Hotel Industry: A Case Study from Sicily', *International Journal of Marketing Studies*, 2(2), pp. 2–12. doi: 10.5539/ijms.v2n2p3.
- Eshetie, S. K., Seyoum, W. and Ali, S. H. (2016) 'Service Quality and Customer Satisfaction in Hospitality Industry: The Case of Selected Hotels in Jimma Town, Ethiopia', *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, 16(5), p. 15.
- Marôco, A. L. and Marôco, J. (2013) 'Service quality, customer satisfaction and loyalty in 4- and 5-star hotels', *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 4(3), pp. 119–145.
- Pantiyasa, 2015, Metode Penelitian
- Parasuraman, A; Zeithaml, V. A. . B. L. L. (1988) 'SERVQUAL: A Multiple-Item

- Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.pdf', *Journal of Retailing*, pp. 12–40.
- Rao, P. S. (2013) 'Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hotel Industry', *IOSR Journal Of Humanities And Social Science*, 18(5), pp. 39–44. doi: 10.9790/0837-1853944.
- Thio, S. (2001) 'Membangun Service Quality Untuk Mencapai Kepuasan Konsumen Di Industri Hospitality', *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(1), pp. 61–71. doi: 10.9744/jmk.3.1.pp.61-71.
- Wu, H. C. and Ko, Y. J. (2013) 'Assessment of Service Quality in the Hotel Industry', *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 14(3), pp. 218–244. doi: 10.1080/1528008X.2013.802557.