

Pengaruh Kualitas Pelayanan Ditinjau dari Dimensi Servqual terhadap Loyalitas Tamu Hotel Sarasvati

Farah Afra Apsari¹⁾, Ivo Novitaningtyas²⁾

^{1),2)}Universitas Tidar, Indonesia

Email: apsarifarah@gmail.com¹⁾, ivo.novitaningtyas@untidar.ac.id²⁾

Abstract

Guest loyalty is an important aspect that determines the sustainability of the hospitality business. The purpose of this study was to examine the effect of service quality based on the servqual dimension on guest loyalty at the Sarasvati Hotel, Magelang. This study uses a quantitative approach. The data used are primary data. Primary data was obtained by distributing questionnaires to 50 hotel guests as respondents. The data that has been collected is then analyzed based on multiple linear regression using SPSS. The results of the study indicate that service quality has a simultaneous effect on guest loyalty. Furthermore, among the 5 servqual dimensions, only the tangible dimension has a significant effect on guest loyalty, while the other dimensions, such as responsiveness, empathy, reliability, and assurance, have no effect. The results provide managerial implications for Hotel Sarasvati to improve service quality in the form of tangible aspects such as buildings, facilities, and the appearance of human resources in order to increase guest loyalty.

Keywords: service quality, guest loyalty, hotel

1. Pendahuluan

Magelang adalah kota yang didalamnya terdapat banyak destinasi wisata bersejarah. Salah satu destinasi wisata di Indonesia adalah Candi Borobudur. Candi Borobudur menjadi magnet bagi wisatawan sehingga di kawasan sekitarnya juga berkembang daya tarik wisata lain yang bisa dikunjungi oleh wisatawan seperti desa wisata dan balkondes. Dilansir dari KOMPAS, pada Januari 2022, kunjungan sejumlah destinasi di kawasan Borobudur mulai mengalami peningkatan. Jumlah kunjungan pada akhir tahun 2021 hanya sekitar 1.000-2.000 orang pengunjung per hari, tetapi di tahun 2022 mengalami peningkatan hingga mencapai 3.000 orang pengunjung per hari. Walaupun sempat menurun karena adanya pandemi, tapi di tahun 2022 mulai meningkat. Dengan demikian, diperlukan upaya-upaya bagi penyediaan fasilitas yang mendukung aktivitas wisata di kawasan Borobudur.

Dalam perkembangan aktivitas pariwisata, hotel juga ikut berperan dalam menyediakan akomodasi bagi para wisatawan dan yang menyediakan berbagai fasilitas penginapan sehingga wisatawan akan merasa puas dan senang dengan pelayanannya (Putri, 2022). Di Kawasan Borobudur ada banyak hotel salah satunya Hotel Sarasvati. Banyaknya hotel berdampak positif karena adanya peningkatan permintaan pelayanan jasa serta semakin besarnya peluang untuk berwisata membuat persaingan hotel semakin ketat (Manggali et al., 2020). Lebih lanjut, pada masa pandemi Covid-19, penyedia jasa akomodasi diwajibkan untuk menerapkan layanan berbasis protokol kesehatan sesuai anjuran dari pemerintah.

Di masa *new normal* pelayanan di hotel perlu tentu melakukan penyesuaian dan peningkatan. Dengan beradaptasi dan melakukan inovasi seperti menyediakan tempat cuci tangan dan *hand sanitizer*, sehingga menimbulkan rasa aman dan nyaman untuk meningkatkan loyalitas tamu hotel. Tekanan kompetisi hotel saat ini perlu memperhatikan kualitas pelayanan. Untuk

mempertahankan keunggulan kompetitif terdapat pada pelayanan yang diberikan berkualitas tinggi sehingga membuat pelanggan merasa puas dan loyal (Dika Kristian & Sugiharto, 2018).

Loyalitas tamu penting diperhatikan dalam keberlangsungan hidup hotel sehingga tetap bertahan dan terus berjalan (Clara et al., 2022). Dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Hotel Sarasvati harus memberikan pelayanan terbaik. Pelayanan yang berkualitas dapat dilihat dari kebutuhan pelanggan yang pada akhirnya pelanggan memberikan penilaian. Untuk mengetahuinya dapat menggunakan pendekatan dimensi *Servqual* (Agustinawati, 2018). Ketika kualitas pelayanan memenuhi keinginan pelanggan yang membuat merasa cocok dan senang pelanggan akan melakukan pembelian secara berulang yang membuat pelanggan loyal.

Loyalitas tamu adalah aspek penting yang menentukan keberlanjutan bisnis perhotelan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *servqual* terhadap loyalitas tamu di Hotel Sarasvati, Magelang. Melalui penelitian ini diharapkan agar hasil penelitian dapat memberikan dorongan peningkatan kualitas pelayanan Hotel Sarasvati dengan melihat faktor-faktor pendukung. Dengan demikian, Hotel Sarasvati mampu meningkatkan loyalitas para tamu sehingga bisnisnya dapat berkembang dan berkelanjutan.

2. Kajian Literatur

2.1 Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kualitas layanan merupakan ukuran tingkat layanan yang diberikan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan menurut Parasuraman et al (Pasianus & Agus Kana, 2021). Kotler juga menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dipandang sebagai suatu aktivitas yang diajukan dari pihak satu kepada pihak lain, yang tidak memindahkan kepemilikan apapun karena yang ditawarkan tidak berwujud (Paerah & Tabara, 2021). Tjiptono juga menyatakan kesesuaian saat penyampaian untuk memenuhi harapan pelanggan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan merupakan pengertian dari *service quality* (Maylina et al., 2018).

2.2 Dimensi *Service Quality*

Adapun pendapat dari Parasuraman tentang dimensi kualitas pelayanan mempengaruhi strategi kualitas pelayanan berdasarkan persepsi pelanggan (Jimanto et al., 2014) yaitu:

1. Bukti Fisik (*tangible*). Dimensi ini berupa sarana, perlengkapan, keadaan lingkungan dan alat komunikasi yang dimiliki berupa bukti fisik langsung yang disediakan oleh pemberi jasa. Dimensi ini penting karena mempengaruhi penilaian pelanggan dan menjadi ukuran terhadap pelayanan.
2. Empati (*empathy*). Merupakan kepedulian dan perhatian dari pelayanan yang dilakukan langsung. Karyawan melayani dengan tulus hati sehingga pelanggan merasa spesial. Dengan dimensi empati ini dapat mengadakan pendekatan kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa nyaman dan juga memudahkan untuk memahami apa yang dibutuhkan pelanggan.
3. Ketanggapan (*Responsiveness*). Karyawan memiliki daya tanggap yang mampu mengerti kebutuhan pelanggan. Ketanggapan ketika ada pelanggan yang bertanya atau berkeluh dengan cepat dan sigap sehingga menumbuhkan penilaian positif terhadap kualitas pelayanannya. Layanan dapat diberikan secara tepat dan sesuai keinginan pelanggan.
4. Keandalan (*Reliability*). Yaitu sebuah kecakapan yang dimiliki karyawan sesuai layanan dengan benar dan baik secara tepat waktu, akurat dan terpercaya.

5. Jaminan (*Assurance*). Untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan memerlukan pengetahuan dan perilaku dari karyawan dalam melayani. Pelanggan akan percaya, merasa aman dari bahaya, keraguan dan menimbulkan kesetiaan pelanggan dengan adanya *assurance*.

2.3 Loyalitas Tamu

Bertahannya komitmen pelanggan sehingga membeli kembali produk atau jasa secara berulang kali adalah pengertian dari loyalitas menurut Oliver (Dika Kristian & Sugiharto, 2018). Loyalitas menurut Yuen dan Chan adalah ketika pelanggan secara konsisten dari waktu ke waktu membeli produk, membawa sikap menguntungkan bagi perusahaan, dan mendukung perusahaan dalam hidup jangka Panjang (Pasianus & Agus Kana, 2021). Chio mengemukakan dalam industri pariwisata loyalitas adalah keinginan kembali pengunjung mengunjungi dan merekomendasikannya kepada orang lain (Hanny & Krisyana, 2022).

Griffin menyatakan ada 4 atribut pembentuk loyalitas dalam penelitian (Jimanto et al., 2014):

1. Berulang kali membeli dari waktu ke waktu.
2. Tidak hanya membeli satu produk tetapi juga membeli produk lain.
3. Menyarankan tentang pengalaman produk pada orang lain.
4. Tidak membeli produk dari perusahaan lain dan beranggapan produk tersebut merupakan produk berkualitas.

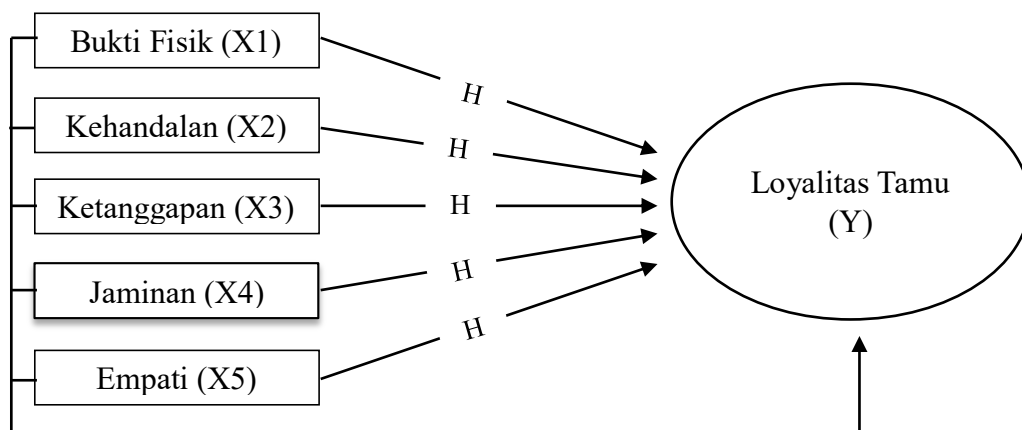
3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *servqual* terhadap loyalitas tamu. Data penelitian ini menggunakan angka dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Siyoto dan M. Ali Shodik berpendapat penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang banyak menggunakan angka, dari pengumpulan data hingga hasilnya (Manggali et al., 2020).

Populasi pada penelitian ini merupakan tamu yang sudah melakukan layanan pada Hotel Sarasvati. Karena populasi tidak diketahui jumlah pastinya (jumlah tidak terhingga), sehingga besar sampel ditentukan menjadi 50 responden untuk mempersingkat dan mempercepat waktu penelitian. Ghazali menjelaskan bahwa 30-500 mampu memenuhi jumlah ukuran sampel (Lestari & Novitaningtyas, 2021). Sampel diambil menggunakan teknik *convenience sampling*, yaitu mempertimbangkan kemudahan dalam memilih sampel guna kebutuhan informasi dalam penelitian.

Dalam penelitian digunakan data primer. Data primer yang didapat dari jawaban responden dengan memberikan kuesioner dengan pertanyaan tertutup dengan memberikan alternatif jawaban dan responden cukup memilih salah satu. Teknik analisis data analisis regresi linier berganda.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut



Gambar 1. Kerangka konseptual

Hipotesis

H1 : Bukti fisik berpengaruh terhadap loyalitas tamu di Hotel Sarasvati

H2 : Kehandalan berpengaruh terhadap loyalitas tamu di Hotel Sarasvati

H3 : Ketanggapan berpengaruh terhadap loyalitas tamu di Sarasvati

H4 : Jaminan berpengaruh terhadap loyalitas tamu di Hotel Sarasvati

H5 : Empati berpengaruh terhadap loyalitas tamu di Hotel Sarasvati

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk membuktikan jika seluruh variabel pada penelitian ini dapat dinyatakan valid Untuk membuiktikannya dapat diketahui dengan nilai r hitung $>$ r tabel. Sampel yang digunakan sebesar 50 dimana r tabel adalah 0.279 jadi variabel yang dengan nilai lebih dari 0.279 hasilnya valid.

Tabel 1. Uji validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Tangible (X1)</i>	X1.1	0.761	0.279	Valid
	X1.2	0.595	0.279	Valid
	X1.3	0,748	0.279	Valid
	X1.4	0.704	0.279	Valid
<i>Reliability (X2)</i>	X2.1	0.671	0.279	Valid
	X2.2	0.608	0.279	Valid
	X2.3	0.564	0.279	Valid

	X2.4	0.539	0.279	Valid
<i>Responsiveness (X3)</i>	X3.1	0.655	0.279	Valid
	X3.2	0.658	0.279	Valid
	X3.3	0.740	0.279	Valid
	X3.4	0.613	0.279	Valid
<i>Assurance (X4)</i>	X4.1	0.686	0.279	Valid
	X4.2	0.534	0.279	Valid
	X4.3	0.631	0.279	Valid
<i>Empathy (X5)</i>	X5.1	0.763	0.279	Valid
	X5.2	0.755	0.279	Valid
	X5.3	0.619	0.279	Valid
Loyalitas tamu (Y)	Y.1	0.764	0.279	Valid
	Y.2	0.600	0.279	Valid
	Y.3	0.608	0.279	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS (2022)

Dari hasil pengolahan data validitas pada tabel 1 ditunjukkan bahwa variabel *assurance*, *reliability*, *responsiveness*, *tangible* dan *empathy* hasilnya valid karena nilai dari r hitung $< r$ tabel.

Tabel 2. Uji reliabilitas

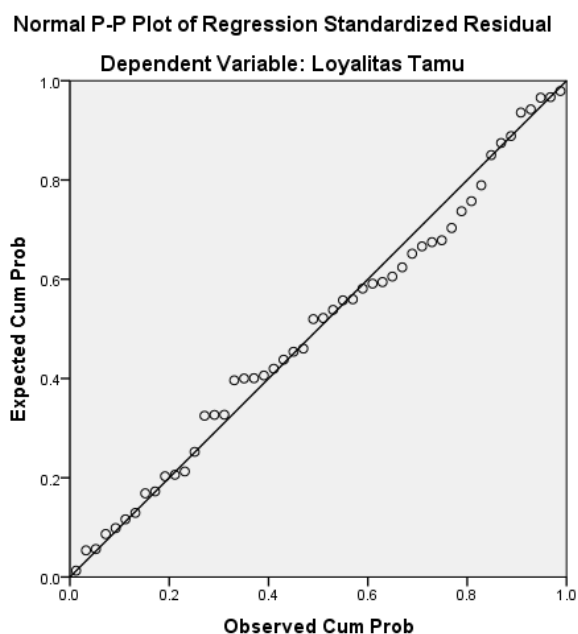
<i>Cronbach Alpha</i>	N of Item	Hasil
0,832	22	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS (2022)

Uji reliabilitas dapat dikatakan reliabel jika hasilnya $> 0,60$ (Agustinawati, 2018). Pada Tabel 2 hasil *Cronbach alpha* sebesar 0,832 sehingga dapat dikatakan reliabel karena > 0.60 .

4.2 Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastista)

Uji normalitas penelitian ini memperlihatkan model regresi yang penyebaran datanya normal. Asumsi normalitas yang dimaksud adalah ketika penyebaran data mengikuti arah garis dan berada di daerah garis diagonal (Lestari & Novitaningtyas, 2021).



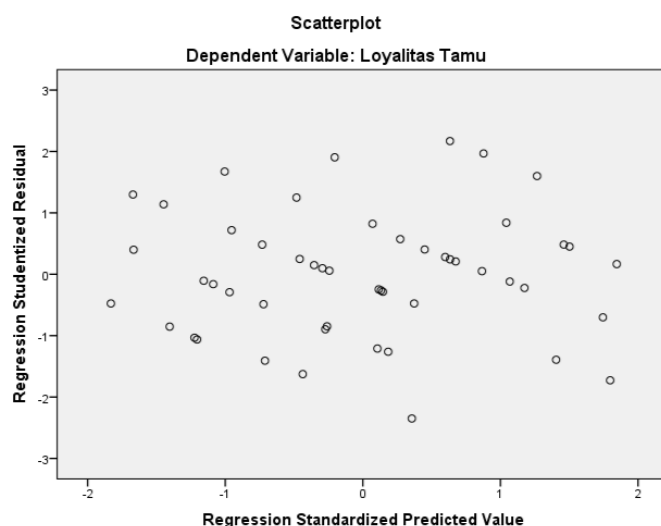
Gambar 2. Hasil uji normalitas

Tabel 3. Uji multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
<i>Tangible</i> (X1)	0,504	1,983
<i>Reliability</i> (X2)	0,586	1,707
<i>Responsiveness</i> (X3)	0,573	1,746
<i>Assurance</i> (X4)	0,714	1,401
<i>Empathy</i> (X5)	0,753	1,327

Sumber: Hasil olah data SPSS (2022)

Uji multikolinearitas digunakan untuk mendeteksi tidak adanya multikolinearitas dengan melihat besarnya VIF (*Variance Inflacton Factor*). Jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1 maka tidak ada multikolinearitas. Tabel 3 menunjukkan hasil nilai VIF semua variabel <10 dan hasil *tolerance* seluruh variabel menunjukkan >0,1 jadi hasil dari uji ini tidak menunjukkan adanya mulitikolinearitas.



Gambar 3. Hasil uji heteroskedastisitas

Pada Gambar 3 dapat diketahui bahwa pada model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, sehingga penelitian layak dilakukan pada variabel dependen loyalitas tamu, karena data menyebar secara acak.

4.3 Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Hasil uji regresi linier berganda

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.		
1 (Constant)	2.490	2.034		1.224	.227		
Bukti Fisik	.265	.113	.378	2.351	.023	.504	1.983
Kehandalan	.189	.132	.214	1.433	.159	.586	1.707
Ketanggapan	.129	.107	.183	1.210	.233	.573	1.746
Jaminan	.037	.150	.034	.250	.804	.714	1.401
Empati	-.044	.123	-.047	-.359	.721	.753	1.327

a. Dependent Variable: Loyalitas Tamu

Sumber: Hasil olah data SPSS (2022)

Analisis ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa *variable independent* (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) berpengaruh pada *variable dependent* (Loyalitas

tamu) dengan menggunakan model persamaan dibawah ini:

Keterangan:

Y = Variabel Dependent (Loyalitas tamu)

a = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$ = Koefisien regresi

X1 = Bukti fisik

X2 = Kehandalan

X3 = Ketanggapan

X4 = Jaminan

X5 = Empati

e = Tingkat kesalahan (*error*)

$$Y = a + \beta_1 X1 + \beta_2 X2 + \beta_3 X3 + \beta_4 X4 + \beta_5 X5 + e$$

$$Y = 2.490 + 0,265X1 + 0,189X2 + 0,129X3 + 0,037X4 + (-0,044)X5 + e$$

Dapat diketahui hasil perhitungan menggunakan SPSS, nilai dari *a* adalah 2.490, artinya Loyalitas tamu (Y) memiliki nilai 2.490 tanpa adanya variabel independent (bukti fisik (X1), kehandalan (X2), ketanggapan (X3), jaminan (X4), dan empati (X5)) yang diasumsikan nilainya 0. Ketika variabel independent konstan maka Loyalitas tamu bernilai 2.490.

- 1) Nilai koefisien β_1 pada (X1) sebesar 0,265 yang menunjukkan jika variabel bukti fisik bernilai 0, maka bukti fisik adalah 0,265. Sehingga jika bukti fisik bertambah satu akan meningkatkan loyalitas tamu sebesar 0,265.
- 2) Nilai koefisien β_2 pada (X2) sebesar 0,189 yang menunjukkan jika variabel kehandalan bernilai 0, maka kehandalan adalah 0,189. Sehingga jika kehandalan bertambah satu akan meningkatkan Loyalitas tamu sebesar 0,189.
- 3) Nilai koefisien β_3 pada (X3) dengan nilai 0,129 yang artinya jika variabel ketanggapan bernilai 0, maka ketanggapan adalah 0,129. Sehingga jika ketanggapan atau daya tanggap bertambah satu akan meningkatkan Loyalitas tamu sebesar 0,129.
- 4) Nilai koefisien β_4 pada (X4) sebesar 0,037 artinya jaminan bernilai 0, maka jaminan adalah 0,037. Sehingga jika jaminan bertambah satu akan meningkatkan Loyalitas tamu sebesar 0,037.
- 5) Nilai koefisien β_5 pada (X5) memiliki hasil yang berlawanan sebesar -0,044 yang menunjukkan jika variabel empati bernilai 0, maka empati adalah -0,044. Sehingga jika empati bertambah satu akan menurunkan loyalitas tamu sebesar -0,044.
- 6) Kesimpulan dari hasil diatas adalah variabel bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, dan jaminan dapat berpengaruh dalam meningkatkan loyalitas tamu jika bertambah nilainya. Sedangkan pada empati akan menurunkan loyalitas tamu setiap bertambah nilainya.

4.4 Pengujian Hipotesis

Tabel 5. Uji signifikansi simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40.308	5	8.062	6.519	.000 ^b
	Residual	54.412	44	1.237		
	Total	94.720	49			

a. Dependent Variable: Loyalitas Tamu

b. Predictors: (Constant), Empati, Daya Tanggap, Jaminan, Kehandalan, Bukti Fisik

Sumber: Hasil olah data SPSS (2022)

Variabel akan berpengaruh secara simultan jika nilai signifikansi $< 0,05$ (Neris & Hardianto, 2016). Dari Tabel 4 nilai sig 0,000 yang nilainya tidak lebih dari $\alpha = 0,05$ sehingga hasil dari variabel bukti fisik (X1), kehandalan (X2), ketanggapan (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) berpengaruh secara simultan terhadap variabel loyalitas tamu (Y).

Tabel 6. Uji signifikansi pengaruh parsial (Uji t)

Variabel	Sig.	Keterangan
Bukti Fisik (X1)	0.023	Signifikan
Kehandalan (X2)	0.159	Tidak Signifikan
Ketanggapan (X3)	0.233	Tidak Signifikan
Jaminan (X4)	0.804	Tidak Signifikan
Empati (X5)	0.721	Tidak Signifikan

Sumber: Hasil olah data SPSS (2022)

Uji t dilakukan untuk membuktikan adanya pengaruh dari variabel independen terhadap dependen berdasarkan nilai sig. $< 0,05$.

Pada tabel 6 diatas perhitungan uji t diperoleh dibawah ini:

1) Pengaruh bukti fisik (X1) terhadap loyalitas tamu (Y).

Dari hasil pengujian SPSS diperoleh (X1) adalah $0,023 < 0,05$ yang artinya bukti fisik (X1) secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas tamu (Y).

2) Pengaruh kehandalan (X2) terhadap loyalitas tamu (Y).

- Dari hasil pengujian SPSS diperoleh (X2) adalah $0,159 > 0,05$ yang artinya kehandalan (X2) tidak berpengaruh terhadap loyalitas tamu (Y).
- 3) Pengaruh ketanggapan (X3) terhadap loyalitas tamu (Y).
Dari hasil pengujian SPSS diperoleh (X2) adalah $0,233 > 0,05$ yang artinya ketanggapan (X3) tidak berpengaruh terhadap loyalitas tamu (Y).
- 4) Pengaruh jaminan (X4) terhadap loyalitas tamu (Y).
Dari hasil pengujian SPSS diperoleh (X2) adalah $0,804 < 0,05$ yang artinya jaminan (X4) tidak berpengaruh terhadap loyalitas tamu (Y).
- 5) Pengaruh empati (X5) terhadap loyalitas tamu (Y).
Dari hasil pengujian SPSS diperoleh (X2) adalah $0,721 < 0,05$ yang artinya empati (X5) tidak berpengaruh terhadap loyalitas tamu (Y).

4.4 Uji Koefisien Determinan

Tabel 7. Hasil uji koefisien determinan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.652 ^a	.426	.360	1.112

a. Predictors: (Constant), Empati, Daya Tanggap, Jaminan, Kehandalan, Bukti Fisik

b. Dependent Variable: Loyalitas Tamu

Sumber: Hasil olah data SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 7 hasil dari adjusted R Square sebesar 0,360 atau 36%. Dapat disimpulkan jika variabel bukti fisik (X1), kehandalan (X2), ketanggapan (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) pada loyalitas tamu (Y) sebesar 36% berpengaruh pada penelitian ini sedangkan 64% berasal dari variabel lainnya di luar model dari penelitian ini.

Kesimpulan dari penelitian ini pengaruh dimensi servqual yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati terhadap loyalitas tamu pada Hotel Sarasvati signifikan berpengaruh secara simultan (Uji F). Nilai sig 0,000 kurang dari $\alpha = 0,05$. Sehingga variabel bukti fisik (X1), kehandalan (X2), ketanggapan (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) hasilnya dimensi servqual berpengaruh pada variabel loyalitas tamu (Y) secara signifikan. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu (Ristanti et al., n.d.) dan (Akbar1, 2020).

Hasil Uji T dengan syarat nilai value $< 0,05$ menunjukkan hasil yang berpengaruh. Penelitian ini hanya bukti fisik (X1) dengan nilai 0,023 yang memiliki pengaruh signifikan. Sedangkan kehandalan (X2), ketanggapan (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas tamu (Y) di Hotel Sarasvati. Hal ini didukung penelitian terdahulu (Agustinawati, 2018) dan (Ristanti et al., n.d.).

5. Kesimpulan

Kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas tamu di Hotel Sarasvati. Walaupun demikian, secara parsial hanya dimensi bukti fisik (*tangible*) yang berpengaruh

positif signifikan terhadap loyalitas tamu. Dengan demikian, semakin baik tampilan gedung hotel, semakin lengkap fasilitas hotel, dan semakin menarik penampilan dari karyawan Hotel Sarasvati (seragam, kebersihan diri) akan semakin meningkatkan loyalitas tamu. Lebih lanjut, dimensi lainnya seperti kehandalan, ketanggapan atau daya tanggap, jainan, dan empati tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas tamu dalam penelitian ini. Hasil tersebut memberikan implikasi manajerial bagi Hotel Sarasvati untuk meningkatkan kualitas pelayanan berupa wujud nyata seperti gedung, fasilitas, dan penampilan SDM agar dapat meningkatkan loyalitas tamu.

Daftar Pustaka

- Agustinawati. (2018). Pengaruh Servqual Dimension Terhadap Kepuasan Wisatawan Agustinawati Pada Obyek Wisata Pantai Di Lhokseumawe Pengaruh Servqual Dimension Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Obyek Wisata Pantai Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*.
- Akbar1, M. F. (2020). Dimensi Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Lerina Banjarbaru (Studi Kasus Pada Kepuasan Konsumen Hotel Lerina Banjarbaru). In *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* (Vol. 5, Issue 1).
- Clara, F., Sagala, N., Althalets, F., & Artikel, H. (2022). *ETNIK : Jurnal Ekonomi-Teknik Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Kyriad Sadurengas Kabupaten Paser Informasi Artikel*.
- Dika Kristian, R., & Sugiharto, S. (2018). *Analisa Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Fiber Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening*.
- Hanny, H., & Krisyana, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kafe Di Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 1115–1129. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i1.703>
- Jimanto, R. B., Yohanes, D., Kunto, S., & Si, S. (2014). Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Ritel Bioskop The Premiere Surabaya. In *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* (Vol. 2, Issue 1).
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM (JNMPSDM)* (Vol. 2, Issue 3).
- Manggali, G. P., Sulaksono, H., Stie, M., & Jember, M. (2020). Pengaruh Dimensi Servqual Terhadap Loyalitas Tamu Bossotel Inn, Bangkok Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. In *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Manajemen Keuangan* (Vol. 1, Issue 1). [Www.jurnal.stie-mandala.ac.id](http://www.jurnal.stie-mandala.ac.id)
- Maylina, D., Sofyan Mulazid, A., & Ekonomi Dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, F. (2018). *Analisis Pengaruh Service Quality, Customer Relationship Management Dan Keunggulan Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Bri Syariah*.

- Neris, F., & Hardianto, W. T. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Voice (Ekspresi Ketidakpuasan) Masyarakat Di Sektor Administrasi Kependudukan. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* , 5(2), 32. [Www.Publikasi.Unitri.Ac.Id](http://www.Publikasi.Unitri.Ac.Id)
- Paerah, A., & Tabara, R. (2021). *Economy Deposit Journal (E-DJ) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Grab-Motor Di Kota Makassar) The Effect Of Service Quality On Customer Loyalty (Case Study Grab-Motor Customers In Makassar City)*. 3(2).
- Pasianus, O., & Agus Kana, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Swalayan Pamella Enam Yogyakarta. In *Pasianus & Any Agus Kana* (Vol. 2, Issue 2).
- Putri, N. P. V. V. C. (2022). Analisis Service Quality Di Kuwarasan A Pramana Experience Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Mahasiswa Pariwisata Dan Bisnis* .
- Ristanti, V., Shihab, M. S., & Rekarti, E. (N.D.). *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan*.