

**KEPUASAN TAMU SEBAGAI MEDIATOR ANTARA KUALITAS
PELAYANAN DAN LOYALITAS TAMU DI THE TRANS
LUXURY HOTEL BANDUNG**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar sarjana
pariwisata*

Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



Oleh :

Shafa Eka Nasyanda

2001622

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2025

**KEPUASAN TAMU SEBAGAI MEDIATOR ANTARA KUALITAS
PELAYANAN DAN LOYALITAS TAMU DI THE TRANS
LUXURY HOTEL BANDUNG**

Oleh
Shafa Eka Nasyanda

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana pada Program Studi Manajemen Resort dan Leisure
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia

©Shafa Eka Nasyanda, 2025
Universitas Pendidikan Indonesia
Januari 2025

Hak Cipta dilindungi undang – undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang,
difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

Shafa Eka Nasyanda
2001622

KEPUASAN TAMU SEBAGAI MEDIATOR ANTARA KUALITAS PELAYANAN DAN LOYALITAS TAMU DI THE TRANS LUXURY HOTEL BANDUNG

Disetujui dan disahkan oleh,
Dosen Pembimbing I



Sri Marhanah, S.S., M.M.

NIP. 19811014 200604 2 001

Dosen Pembimbing II



Gilang Nur Rahman, S.Psi., M.Sc.

NIP. 920200819880724101

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE.

NIP. 19791215 200812 2 002

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Kepuasan Tamu Sebagai Mediator Antara Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Tamu Di The Trans Luxury Hotel Bandung**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya.

Bandung, Januari 2025

Shafa Eka Nasyanda

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Kepuasan Tamu Sebagai Mediator Antara Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Tamu Di The Trans Luxury Hotel Bandung”.

Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata yang penulis tempuh selama mengikuti studi di Program Studi Manajemen Resort dan Leisure di Universitas Pendidikan Indonesia ini. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan pada skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu serta berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak.

Bandung, Januari 2025

Penulis,

Shafa Eka Nasyanda

NIM. 2001622

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat Rahmat dan Karunia-Nya, penulis selalu mendapatkan berkat kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, saran serta kerjasama dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, dengan penuh rasa hormat, penulis dengan tulus hati menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas nikmat, berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat diberi kesempatan dan menyelesaikan skripsi ini dengan segala proses yang telah dilewati.
2. Ibu Erry Sukriah, S.E., M.SE., selaku Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure sekaligus dosen wali. Terimakasih atas ilmu dan wawasan yang diberikan selama penulis menjalani pendidikan di Program Studi Manajemen Resort dan Leisure.
3. Ibu Sri Marhanah, S.S., M.M., selaku dosen pembimbing I skripsi. Terimakasih atas segala bimbingan, saran, masukan selama penulis menyusun skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Gilang Nur Rahman, S.Psi., M.Sc., selaku dosen pembimbing II skripsi. Terimakasih atas segala bimbingan, saran, masukan selama penulis menyusun skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Seluruh Dosen Manajemen Resort dan Leisure, yang telah memberikan ilmu dari penulis memulai masa kuliah hingga akhir kuliah.
6. Orang tua penulis sebagai pemberi do'a, motivasi, dan tidak pernah lelah dalam mendidik penulis hingga saat ini, terimakasih untuk segala yang telah diperjuangkan untuk penulis, semoga penulis dapat membalas jasa yang telah diberikan.
7. Adik tersayang, Byantara sebagai penyemangat dan membuat penulis termotivasi untuk menyelesaikan pendidikan.

8. Pihak The Trans Luxury Hotel Bandung yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk dapat melaksanakan kegiatan penelitian sehingga skripsi ini akhirnya diselesaikan.
9. Kayla Maudiary, selaku sahabat penulis sejak tahun 2020 yang selalu ada saat senang maupun sedih, terimakasih selalu menyemangati, menghibur, dan menasihati penulis selama proses mengerjakan skripsi.
10. Sahabat MRL sejak awal perkuliahan, Ariq, Bunga, Raisya, Rayhan, Ruben, serta semua rekan-rekan MRL 2020 yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas dukungannya dan telah menjadi kawan yang baik selama berkuliah di MRL.
11. Frisya, selaku sahabat seperjuangan selama proses skripsi, terimakasih atas semangat dan dukungan yang diberikan.
12. Fanny, Dita, Raissa, Angie, Rifa, selaku sahabat penulis sejak tahun 2014 yang selalu memberi dukungan dan bantuan.
13. Teh Ayu, A Adit dan Teh Anrista, selaku sepupu yang mendukung dan membantu penulis saat terdapat kesulitan.
14. Caca, terimakasih telah bertahan sampai skripsi ini selesai, *we did it*.

Akhir kata, penulis berharap semoga segala bentuk dukungan dan bantuan yang telah diberikan selama menyelesaikan skripsi ini akan mendapatkan imbalan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Bandung, 2025

Hormat Saya

Shafa Eka Nasyanda

KEPUASAN TAMU SEBAGAI MEDIATOR ANTARA KUALITAS PELAYANAN DAN LOYALITAS TAMU DI THE TRANS LUXURY HOTEL BANDUNG

ABSTRAK

Kualitas pelayanan merupakan aspek penting dalam memperoleh kepuasan tamu serta loyalitas tamu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas tamu, pengaruh kepuasan tamu terhadap loyalitas tamu, serta mengidentifikasi pengaruh kepuasan tamu sebagai variabel mediasi pada hubungan kualitas pelayanan dan loyalitas tamu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu The Trans Luxury Hotel Bandung yang pernah menginap, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data yang dilakukan yakni studi literatur dan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu terdiri dari teknik analisis statistik deskriptif mengenai tanggapan responden terhadap masing-masing variabel penelitian, kemudian dilakukan analisis verifikatif seperti uji hipotesis, analisis jalur serta uji sobel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai dari kualitas pelayanan sebesar 74,9% dan termasuk pada kategori baik. Kepuasan tamu berada pada kategori puas dengan penilaian sebesar 73,2%. Kemudian loyalitas tamu mendapatkan nilai sebesar 73,05% yang termasuk pada kategori loyal. Hasil dari penelitian inipun menunjukkan bahwa seluruh hipotesis diterima, yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas tamu, kepuasan tamu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu, serta kepuasan tamu berhasil memediasi pengaruh antara kualitas pelayanan dan loyalitas tamu. Dari hasil penelitian, disarankan kepada pihak hotel untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga konsistensi dalam memenuhi kebutuhan tamu, dan memastikan pengalaman tamu yang optimal untuk mendukung kepuasan serta loyalitas mereka secara berkelanjutan.

Kata Kunci : Kepuasan Tamu, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Tamu, Hotel

CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATOR BETWEEN SERVICE QUALITY AND CUSTOMER LOYALTY AT THE TRANS LUXURY HOTEL BANDUNG

ABSTRACT

Service quality is an important aspect in gaining customer satisfaction and customer loyalty. This research aims to analyze the influence of service quality on customer satisfaction, the influence of service quality on customer loyalty, the influence of customer satisfaction on customer loyalty, and identify the effect of customer satisfaction as a mediating variable on the relationship between service quality and customer loyalty. The population in this study were all guests who had stayed at The Trans Luxury Hotel Bandung, with the sampling technique using purposive sampling. By using quantitative research methods, the data collection techniques used are literature review and distribution of questionnaires. The data analysis technique used in this study consists of descriptive statistics analysis techniques regarding the responses of respondents to each research variable, then verificative analysis such as hypothesis testing, Path Analysis and Sobel test. The results showed that the value of service quality was 74.9% and was categorized as good. Customer satisfaction is in the satisfied category with a value of 73.2%. Then customer loyalty gets a value of 73.05% which is included in the loyal category. The results of this study also show that all hypotheses are accepted, which means that service quality has a significant effect on customer satisfaction, service quality has a significant effect on customer loyalty, customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty, and customer satisfaction successfully mediate the influence between service quality and customer loyalty. From the research results, it is recommended that the hotel continue to improve service quality, maintain consistency in meeting guest needs, and ensure an optimal guest experience to support their satisfaction and loyalty on an ongoing basis.

Keywords: *Customer Satisfaction, Service Quality, Customer Loyalty, Hotel*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Teori.....	12
2.1.1 Pemasaran Jasa	12
2.2 Kualitas Pelayanan.....	13
2.2.1 Definisi Kualitas Pelayanan	13
2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	15
2.3 Kepuasan Tamu.....	16
2.3.1 Definisi Kepuasan Tamu	16
2.3.2 Dimensi Kepuasan Tamu	18
2.3.3 Faktor-Faktor Kepuasan Tamu.....	20
2.4 Loyalitas Tamu	24

2.4.1	Definisi Loyalitas Tamu.....	24
2.4.2	Dimensi Loyalitas Tamu.....	25
2.5	Hubungan antara Kualitas Pelayanan, Kepuasan Tamu dan Loyalitas Tamu	27
2.6	Penelitian Terdahulu.....	29
2.7	Kerangka Pemikiran	32
2.8	Hipotesis	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		35
3.1	Desain Penelitian	35
3.2	Lokasi Penelitian	36
3.3	Populasi dan Sampel	36
3.3.1	Populasi	36
3.3.2	Sampel	36
3.3.3	Teknik Sampling	37
3.4	Instrumen Penelitian	38
3.5	Operasional Variabel	40
3.6	Jenis dan Sumber Data	46
3.6.1	Data Primer	47
3.6.2	Data Sekunder	47
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.7.1	Studi Literatur.....	48
3.7.2	Kuesioner	49
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
3.8.1	Uji Validitas	49
3.8.2	Uji Reliabilitas	55
3.9	Teknik Analisis Data	57
3.9.1	Analisis Data Deskriptif.....	57
3.9.2	Analisis Data Verifikatif.....	59
3.9.2.1	Uji Asumsi Klasik	59
3.9.3	Uji Analisis Jalur.....	60

3.10	Pengujian Hipotesis.....	62
3.10.1	Secara Parsial (Uji T).....	62
3.10.2	Secara Simultan (Uji F)	63
3.10.3	Koefisien Korelasi	64
3.10.4	Koefisien Determinasi	64
3.11	Uji Sobel	65
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN		66
4.1	Gambaran Umum The Trans Luxury Hotel Bandung	66
4.1.1	Visi Misi The Trans Luxury Hotel Bandung	67
4.1.2	Produk dan Jasa The Trans Luxury Hotel Bandung	67
4.2	Karakteristik dan Pengalaman Responden	72
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	72
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menginap di The Trans Luxury Hotel Bandung	74
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Bersama Siapa Menghabiskan Waktu di The Trans Luxury Hotel Bandung.....	75
4.3	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan di The Trans Luxury Hotel.....	76
4.3.1	<i>Tangibles</i>	76
4.3.2	<i>Reliability</i>	79
4.3.3	<i>Responsiveness</i>	81
4.3.4	<i>Assurance</i>	83
4.3.5	<i>Empathy</i>	86
4.4	Kualitas Pelayanan di The Trans Luxury Hotel Bandung	88
4.5	Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Tamu di The Trans Luxury Hotel Bandung	90
4.5.1	<i>Fulfillment</i>	90
4.5.2	<i>Pleasure</i>	92
4.5.3	<i>Ambivalence</i>	94

4.6	Kepuasan Tamu di The Trans Luxury Hotel Bandung.....	96
4.7	Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Tamu di The Trans Luxury Hotel Bandung	99
4.7.1	<i>Makes Regular Repeat Purchases</i>	99
4.7.2	<i>Purchase Across Product And Service Lines</i>	101
4.7.3	<i>Refers To Others</i>	102
4.7.4	<i>Demonstrates Immunity To The Pull Of The Competition</i>	104
4.8	Loyalitas Tamu di The Trans Luxury Hotel Bandung	106
4.9	Uji Asumsi Klasik	108
4.9.1	Uji Normalitas.....	108
4.9.2	Uji Multikolinearitas	110
4.9.3	Uji Heteroskedastisitas.....	111
4.10	Uji Hipotesis	112
4.10.1	Uji T (Secara Parsial).....	112
4.10.2	Uji F (Secara Simultan)	114
4.10.3	Koefisien Determinasi	115
4.11	Perhitungan Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	117
4.11.1	Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>).....	118
4.11.2	Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>)	119
4.11.3	Pengaruh Total	119
4.12	Uji Sobel	119
4.13	Pembahasan	121
4.13.1	Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan, Kepuasan Tamu, dan Loyalitas Tamu di The Trans Luxury Hotel.....	121
4.13.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu	122
4.13.3	Pengaruh Kepuasan Tamu terhadap Loyalitas Tamu	123
4.13.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Tamu.....	123
4.13.5	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Tamu melalui Kepuasan Tamu	124
4.14	Interpretasi Model Jalur.....	126

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	127
5.1 Kesimpulan	127
5.2 Rekomendasi.....	129
DAFTAR PUSTAKA	131

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Definisi Kualitas Pelayanan Menurut Para Ahli.....	13
Tabel 2.2 Definisi Kepuasan Tamu Menurut Para Ahli.....	16
Tabel 2.3 Definisi Loyalitas Tamu Menurut Para Ahli.....	24
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Skala Likert	39
Tabel 3.2 Operasional Variabel	40
Tabel 3.3 Jenis dan Sumber Data	47
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	51
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	56
Tabel 3.6 Guilford Empiric Rules.....	64
Tabel 4.1 Tipe Kamar The Trans Luxury Hotel Bandung	67
Tabel 4.2 <i>F&B Outlets</i> The Trans Luxury Hotel Bandung	68
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Tangibles</i>	77
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai <i>Reliability</i>	79
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai <i>Responsiveness</i>	81
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai <i>Assurance</i>	84
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai <i>Empathy</i>	86
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan.....	88
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Mengenai <i>Fulfillment</i>	90
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai <i>Pleasure</i>	92
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai <i>Ambivalence</i>	94
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Tamu	97
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai <i>Makes Regular Repeat Purchases</i>	99
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai <i>Purchase Across Product And Service Lines</i>	101
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai <i>Refers To Others</i>	103
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai <i>Demonstrates Immunity To The Pull Of The Competition</i>	104
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Tamu	106
Tabel 4.18 Guilford Empiric Rules	116
Tabel 4.19 Acuan Perhitungan Uji Sobel.....	119
Tabel 4.20 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Data Jumlah Tamu <i>Membership</i> yang Menginap di The Trans Luxury Hotel pada Tahun 2021 – 2023	3
Gambar 1.2 Diagram Data Ulasan Negatif Tamu dari <i>Google Review & TripAdvisor</i> mengenai The Trans Luxury Hotel Bandung pada Tahun 2022 – 2024.....	4
Gambar 1.3 Diagram Data Ulasan Negatif Tamu dari <i>Booking.com</i> mengenai The Trans Luxury Hotel Bandung pada Tahun 2022 – 2024	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Kepuasan Tamu sebagai Mediator antara Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Tamu	33
Gambar 3.1 Garis Kontinum Penelitian	58
Gambar 3.2 Model Analisis Jalur.....	61
Gambar 4.1 The Grand Ballroom	69
Gambar 4.2 The Convention Centre	70
Gambar 4.3 The Boardroom & Jewel Box	70
Gambar 4.4 Garden Terrace.....	71
Gambar 4.5 The Red Room.....	71
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	73
Gambar 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
Gambar 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menginap di The Trans Luxury Hotel Bandung.....	75
Gambar 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Bersama Siapa Menghabiskan Waktu di The Trans Luxury Hotel Bandung.....	76
Gambar 4.11 Garis Kontinum <i>Tangibles</i>	78
Gambar 4.12 Garis Kontinum <i>Reliability</i>	80
Gambar 4.13 Garis Kontinum <i>Responsiveness</i>	82
Gambar 4.14 Garis Kontinum <i>Assurance</i>	85
Gambar 4.15 Garis Kontinum <i>Empathy</i>	87
Gambar 4.16 Garis Kontinum Kualitas Pelayanan di The Trans Luxury Hotel Bandung	89
Gambar 4.17 Garis Kontinum <i>Fulfillment</i>	91
Gambar 4.18 Garis Kontinum <i>Pleasure</i>	93
Gambar 4.19 Garis Kontinum <i>Ambivalence</i>	96
Gambar 4.20 Garis Kontinum Kepuasan Tamu di The Trans Luxury Hotel Bandung	98
Gambar 4.21 Garis Kontinum <i>Makes Regular Repeat Purchases</i>	100

Gambar 4.22 Garis Kontinum <i>Purchase Across Product And Service Lines</i>	102
Gambar 4.23 Garis Kontinum <i>Refers To Others</i>	104
Gambar 4.24 Garis Kontinum <i>Demonstrates Immunity To The Pull Of The Competition</i>	106
Gambar 4.25 Garis Kontinum Loyalitas Tamu di The Trans Luxury Hotel Bandung	108
Gambar 4.26 Hasil Uji Normalitas dengan <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Sub Struktur I	109
Gambar 4.27 Hasil Uji Normalitas dengan <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Sub Struktur II	109
Gambar 4.28 Hasil Uji Multikolinearitas Sub Struktur I	110
Gambar 4.29 Hasil Uji Multikolinearitas Sub Struktur II	110
Gambar 4.30 Hasil Uji Glejser Sub Struktur I	111
Gambar 4.31 Hasil Uji Glejser Sub Struktur II	112
Gambar 4.32 Hasil Uji T Sub Struktur I	112
Gambar 4.33 Tabel Distribusi t_{tabel} I	113
Gambar 4.34 Hasil Uji T Sub Struktur II	113
Gambar 4.35 Tabel Distribusi t_{tabel} I	114
Gambar 4.36 Hasil Uji F	115
Gambar 4.37 Titik Persentase Distribusi F	115
Gambar 4.38 Hasil Uji R Square Sub Struktur I	116
Gambar 4.39 Hasil Uji R Square Sub Struktur II	117
Gambar 4.40 Model Perhitungan Analisis Jalur	118

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUESIONER.....	139
LAMPIRAN 2. HASIL UJI VALIDITAS.....	147
LAMPIRAN 3. HASIL UJI RELIABILITAS	158
LAMPIRAN 4. HASIL TABULASI VARIABEL X (KUALITAS PELAYANAN)	158
LAMPIRAN 5. HASIL TABULASI VARIABEL Y_1 (KEPUASAN TAMU).....	161
LAMPIRAN 6. HASIL TABULASI VARIABEL Y_2 (LOYALITAS TAMU)	163
LAMPIRAN 7. SURAT KEPUTUSAN DOSEN PEMBIMBING.....	167

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullaeva, M. (2020). *Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Upscale Ethnic Restaurants. Theoretical & Applied Science*, (6), 372-375.
- Abdurrahman, D. M., Muhidin, S. A., & Somantri, D. A. (2011). *Dasar - Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian*. (cetakan pertama). Bandung: CV. Pustaka Setia
- Al-Msallam, S., & Alhaddad, A. (2016). *Customer Satisfaction and Loyalty in the Hotel Industry: the Mediating Role of Relationship Marketing (PLS Approach). Journal of Research in Business and Management*, 4(July), 32–42.
- Ali, Bayad. J., Gardi, B., Othman, B. J., Ahmed, S. A., Ismael, N. B., Hamza, P. A., Aziz, H. M., Sabir, B. Y., Sorguli, S., & Anwar, G. (2021). *Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(3), 14–28. <https://doi.org/10.22161/ijebm.5.3.2>
- Ali, F., Amin, M., & Cobanoglu, C. (2016). *An Integrated Model of Service Experience, Emotions, Satisfaction, and Price Acceptance: An Empirical Analysis in the Chinese Hospitality Industry. Journal of Hospitality Marketing and Management*, 25(4), 449–475. <https://doi.org/10.1080/19368623.2015.1019172>
- Alifah, W. R., & Suhirman. (2023). Staycation: Tren Pariwisata Baru untuk Memahami Perilaku Wisatawan Millennial Pasca Covid-19 di Kota Bandung . *Warta Pariwisata*, 60-65. Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2), 114–126. <https://doi.org/10.20476/jbb.v17i2.632>
- Anabila, P., Ameyibor, L. E. K., Allan, M. M., & Alomenu, C. (2022). *Service quality and customer loyalty in Ghana's hotel industry: The mediation effects of satisfaction and delight. Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 23(3), 748-770.
- Arifin, Z. (2014). *Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Arikunto, S. (2009). *Manajemen Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

- Bhuian, D. (2021). *The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hotel Business Development*. DIVA
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). *Perceived Service Conceptualizing Approach Quality : A Hierarchical*. *Journal of Marketing*, 65(3), 34–49.
- Bowen, J. T., & Shoemaker, S. (1998). *Loyalty: A Strategic Commitment*. *Cornell Quarterly: Hotel Restaurant and Administration*, vol. 39, 12-25
- Bowen, J. T., & Chen, S. L. (2001). *The Relationship between Customer Loyalty and Customer Satisfaction*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(5), 213–217. <https://doi.org/10.1108/09596110110395893>
- Camille De Guzman, J. (2020). *Guest Satisfaction and Loyalty among Beach Resorts in Laiya, Batangas*. *Journal of Tourism and Hospitality Research*, 17(1), 71–102.
- Carev, D. (2008). *RIT Digital Institutional Repository Guest satisfaction and guest loyalty study for hotel Industry*.
- Creswell, J.W. (2014). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan. Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Darcy, S., Pegg, S., & Cameron, B. (2013). *Accessible Tourism and Sustainability: A Discussion and Case Study*. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 515-537
- Dellarocas, C., Zhang, X., & Awad, N. F. (2007). *Exploring The Value of Online Product Reviews in Forecasting Sales: The Case of Motion Pictures*. *Journal of Interactive Marketing Vol. 21*, 23-45
- Deng, Q., & Tu, Y. (2023). *Research on the Impact of Online Reviews on Hotel Selection for Travelers*. *Tourism Management and Technology Economy*, 6(3), 50–58. <https://doi.org/10.23977/tmte.2023.060306>
- Dick, A. S., & Basu, K. (1994). *Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 99-113.
- Fatihudin, D. & Firmansyah, D. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Flores, A. F., Saldanha, E. S., Vong, M. F. (2020). *The Effect of Customer Satisfaction Mediation for the Relationship Between Service Quality and Customer Loyalty*. *Timor-Leste Journal of Business and Management Vol 2*, 56-65

- Getty, J.M., & Thompson, K.N. (1994). *A Procedure for Scaling Perceptions of Lodging Quality*. *Hospitality Research Journal*, 18, 75-96.
- Ghozali, Imam. (2018). "Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan IBM SPSS 25". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Griffin, J. (2010). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Gronroos, C. (1984). *A Service Quality Model and its Marketing Implications*. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36–44. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000004784>
- Guilford, J. P. (1978). *Fundamental Statistic in Psychology and Education*. London : McGraw-Hill
- Gures, N., Arslan, S., & Tun, S. Y., (2014). *Customer Expectation, Satisfaction and Loyalty Relationship in Turkish Airline Industry*. *International Journal of Marketing Studies*; Vol. 6, No. 1, 66-74.
- Hermawan, H., Brahmanto, E., & Hamzah, F. (2018). Pengantar Manajemen *Hospitality*. *PT. Nasya Expanding Manajemen*, 13(1), 217.
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian (1st ed.)*. Depok: PT RajaGrafindo Persada
- Holbrook, B., & Chaudhuri, A. (2001). *The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty*. *Journal of Marketing*, 65(2), 81–93.
- Irnandha, A., & Utama, A. (2019). *The Effect of Service Quality Toward Customer Loyalty Through Customer Satisfaction of Land Lines Shipping Services (A Case Study of Satisfaction of Jne Hijrah Sagan Yogyakarta Area)*. *Jurnal of Business and Management Sciences*, 2(3), 2928–2938.
- Izogo, E. E., & Ogba, I. E. (2015). *Service Quality, Customer Satisfaction And Loyalty In Automobile Repair Services Sector*. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 32(3), 250–269. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-05-2013-0075>
- Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. 1, 1–9

- Joudeh, J. M. M., & Dandis, A. O. (2018). *Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in an Internet Service Providers. International Journal of Business and Management*, 13(8), 108. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v13n8p108>
- Kandampully, J., & Suhartanto, D. (2000). *Customer loyalty in the hotel industry: The role of customer satisfaction and image. International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(6), 346–351. <https://doi.org/10.1108/09596110010342559>
- Kotler, Philip; Keller, K. L. (2000). *Marketing Management, Millenium Edition. Marketing Management*, 23(6), 188–193.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: PT Indeks
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism (7th ed.)*. Pearson Education
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London : Pearson Education
- Kumar, V. & Shah, D. (2004). *Building and Sustaining Profitable Customer Loyalty for 21st Century. Journal of Retailing*, 80, 317-330.
- Liu, C. T., Guo, Y. M., & Lee, C. H. (2011). *The effects of relationship quality and switching barriers on customer loyalty. International Journal of Information Management*, 31(1), 71–79. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2010.05.008>
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. Pearson Education
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy (8th ed.)*. Pearson Education
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat
- Mandlik, S. (2023). *A Research Study on Customer Satisfaction and Loyalty in Hospitality Industry, Rajkot. Journal of Management Research and Analysis*, 10(3), 173–178. <https://doi.org/10.18231/j.jmra.2023.030>

- Marhanah, S., & Wahadi, W. H. (2016). Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Margasatwa Ragunan Jakarta. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 13(1), 61–72.
- Meithiana, I. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press
- Meshack, H. E., & Prusty, S. (2021). *Service quality, satisfaction and loyalty of customers in hotels: The case of Northern Tanzania*. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 10(4), 1430-1451.
- Mulawarman, R., Susanti, R. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Tamu di Daima Hotel Padang*. 02(02), 67–74.
- Narimawati, U. (2007). Riset Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Agung Media
- Nazir, M. (2014). Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ngo Vu, M., & Nguyen Huan, H. (2016). *The relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: An Investigation in Vietnamese Retail Banking Sector*. *Journal of Competitiveness*, 8(2), 103–116. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.02.08>
- Nikou, S., & Khiabani, M. M. (2020). *Service Quality, Mediation Effect of Customer Satisfaction, Customer Loyalty, and Moderating Role of Interpersonal Relationship: Case of Four-Star Hotels in Kuala Lumpur, Malaysia*. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 19(4), 1–18. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2020/v19i430309>
- Ningsih, A. S., & Nurfarida, I. N. (2022). Efek kualitas layanan pada loyalitas pelanggan: peran mediasi kepuasan pelanggan. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 81–90. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6962>
- Oktaviani, B. R., & Estaswara, B. H. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (eWOM) di Media Sosial Twitter @avoskinbeauty Terhadap Keputusan Pembelian Avoskin. *Jurnal Publish (Basic and Applied Research Publication on Communications)*, 1(1), 10–24. <https://doi.org/10.35814/publish.v1i1.3492>
- Oliver, R. L. (1980). *A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions*. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.
- Oliver, R. L. (1999). *Whence Consumer Loyalty?*. *Journal of Marketing* Vol. 63, 33-44.

- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction : A Behavioral Perspective on the Consumer (2nd ed)*. Routledge.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). *Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. Journal of Retailing*, 420-450.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *Servqual: A multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing*, 12-40.
- Rohaeni, H., & Marwa, N., (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2, 312-318.
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Sani, A., & Maharani, V. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Kuisisioner dan Analisis Data)*. UIN MALIKI Press.
- Santoso, S. (2014). *Statistik Parametrik Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Saputra, A. J., & Djumarno, D. (2021). *Effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction and Its Implications for Customer Loyalty at Aston Pluit Hotel & Residence Jakarta. Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 2(1), 71–84. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v2i1.728>
- Sarwono, J. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. 7th Edition*, West Sussex: Wiley & Sons
- Silva, E. A. D. C. E., Hartanto, J. A., & Iskandar, V. (2022). Pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap Loyalitas Tamu pada Hotel Bintang 4 dan 5 di Surabaya dengan Kepuasan Konsumen sebagai Mediasi. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 8(1), 42-49.
- Singh, V., Sharma, M. P., Jayapriya, K., Kiran Kumar, B., Raj, M. A., Chander, N., & Kumar, B. R. (2023). *Service Quality, Customer Satisfaction And Customer Loyalty: A Comprehensive Literature Review. Journal of Survey in Fisheries Sciences*, 10(4S), 3457–3464. <https://doi.org/10.53555/sfs.v10i4S.2218>

- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. ALFABETA, CV.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : *Alphabet*
- Sukardi. (2017). Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara
- Surahman, I. G. N., Yasa, P. N. S., & Wahyuni, N. M. (2020). *The Effect of Service Quality on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction in Tourism Villages in Badung Regency. Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 7(1), 46–52. <https://doi.org/10.22225/jj.7.1.1626.46-52>
- Suwartono, C., Amiseso, C. P., & Handoyo, R. T. (2017). *Reliability and External Validation of The Raven Standard Progressive Matrices. Jurnal Psikologi Indonesia Humanitas*, 14 (1).
- Susepti, A., Hamid, D., & Kusumawati, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Tamu Hotel (Studi Tentang Persepsi Tamu Hotel Mahkota Plengkung Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 50(5), 27–36.
- Sutjiawan, Y.C., Japariato, E. (2014). Pengaruh Kepuasan, Hambatan Berpindah dan Penyediaan Fasilitas terhadap Loyalitas Konsumen di Hotel Novotel Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*. 2(1), 1–7.
- Thi, N., & Xuan, T. (2019). *Factors Affecting on Customer Loyalty in Hotels service in Thanh Hoa, Vietnam. Journal of Business and Management Sciences*, 7(1), 19–24. <https://doi.org/10.12691/jbms-7-1-3>
- Tjiptono, F. (2002). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2004). Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction* Edisi 3. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa Edisi Terbaru. Yogyakarta: Andi

- Tola, K., Abebe, H., Gebremariam, Y., & Jikamo, B. (2017). Improving Completeness of Inpatient Medical Records in Menelik II Referral Hospital, Addis Ababa, Ethiopia. *Advances in Public Health*, 20(17), 1-5
- Tse, D. K., & Wilton, P. C. (1988). *Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension*. *Journal of Marketing Research*, 25, 204–212. <http://dx.doi.org/10.2307/3172652>
- Vidyanata, D. (2022). *The Mediating Role of Customer Satisfaction on the Relationship between Service Quality and Consumer Loyalty on the Hospitality Industry*. 15(1), 179–185. <http://journal.stekom.ac.id/index.php/E-Bisnis>
- Widyawati, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Serta Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Di Hotel Zakiah Medan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 12(1), 74–96. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2008.v12.i1.239>
- Xie, K. L., Zhang, Z., & Zhang, Z. (2014). *The Business Value of Online Consumer Reviews and Management Response to Hotel Performance*. *International Journal of Hospitality Management*, 43, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.07.007>
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). *The Behavioral Consequences of Service Quality*. *Journal of Marketing*. 31–46.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (5th edition)*. New York: McGraw Hill.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (6th edition)*. Boston: McGraw Hill.
- Zephan, N. (2018). *Relationship Between Customer Satisfaction And Customer Loyalty Case Study : Hilton Hotel Yaoundé , Cameroon*. *Centria University Of Applied Science Business Management*, 28(4), 1–43.