

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENGALAMAN TAMU
TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL FOUR POINTS BY
SHERATON BANDUNG**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Pariwisata pada Program Studi Manajemen Resort dan Leisure*



Oleh:

Muhamad Fadillah Dian Pamungkas

2004877

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

2025

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Tamu Terhadap Kepuasan
Tamu di Hotel Four Points by Sheraton Bandung**

Oleh
Muhamad Fadillah Dian Pamungkas

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Muhamad Fadillah Dian Pamungkas 2025
Universitas Pendidikan Indonesia
April 2025

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

Muhamad Fadillah Dian Pamungkas

2004877

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENGALAMAN TAMU TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL FOUR POINTS BY SHERATON BANDUNG

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



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

NIP. 197912152008122002

Pembimbing II



Armandha Redo Pratama, S.Pd., M.Sc.

NIP. 920200419930318101

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort Dan Leisure



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

NIP. 197912152008122002

PERNYATAAN ORISINALITAS

Bersamaan dengan lembar pernyataan ini, saya menyatakan bahwa skripsi berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Tamu Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Four Points by Sheraton Bandung”** beserta seluruh isi dalam skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri. Saya menjamin bahwa tidak terdapat tindakan plagiarisme atau pengutipan yang bertentangan dengan etika keilmuan yang berlaku. Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran etika keilmuan maupun klaim dari pihak lain terkait orisinalitas karya ini, saya bersedia bertanggung jawab dan menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, saya ucapkan terima kasih.

Bandung, April 2025

Pembuat Pernyataan,



Muhamad Fadillah Dian Pamungkas

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji serta syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Tamu Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Four Points by Sheraton Bandung” dengan baik.

Penyusunan skripsi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Resort dan Leisure, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia. Dalam proses penyusunannya, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan maupun kesalahan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik serta saran yang konstruktif untuk perbaikan di masa yang akan datang. Tidak lupa penulis sampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Dukungan tersebut menjadi sumber motivasi dan inspirasi selama proses penulisan. Penulis berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat yang nyata, tidak hanya bagi pengembangan wawasan penulis, tetapi juga sebagai referensi yang berguna bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Bandung, April 2025

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa selama menjalani pendidikan dalam Program Studi Manajemen Resort dan Leisure, dimulai dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini, berbagai pencapaian yang diraih tidak terlepas dari dukungan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Dukungan tersebut hadir dalam berbagai bentuk, seperti bimbingan akademik, dorongan motivasi, serta bantuan moral dan material yang memiliki makna besar bagi penulis. Oleh sebab itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terimakasih dengan rasa hormat dan kerendahan hati kepada:

1. Allah SWT. atas berkat, rahmat, dan anugerah-Nya yang telah memberikan kelancaran bagi penulis dalam menjalani masa perkuliahan hingga menyusun skripsi ini.
2. Kedua orang tua penulis, Mamah dan Alm. Bapak yang merupakan figur terbaik dalam hidup penulis yang tak hentinya selalu memberikan doa, kasih sayang, dan motivasi kepada penulis serta telah merawat, mendidik, dan membimbing penulis dengan penuh cinta hingga saat ini
3. Keluarga penulis, A Deni, Mba Endah, Mas Bagus, dan Mba Rani, yang selalu memberikan dukungan materil serta motivasi selama penulis menjalani masa kuliah hingga penyelesaian skripsi ini.
4. Kepala Program Studi Manajemen Resort dan Leisure sekaligus dosen pembimbing pertama penulis, Ibu Dr. Erry Sukriah, S.E., M.S.E. yang telah dengan penuh dedikasi memberikan ilmu, arahan, serta bimbingan selama penulis menyusun skripsi ini.
5. Dosen pembimbing kedua penulis, Bapak Armandha Redo Pratama, S.Pd., M.Sc. yang dengan sabar dan penuh dedikasi memberikan bimbingan, bantuan, serta masukan yang berharga selama proses penulisan skripsi ini.
6. Wali dosen penulis, Bapak Reiza Miftah Wirakusuma, S.ST.Par., M.Sc. yang telah memberikan dukungan, arahan, serta bimbingan selama penulis menjalani masa perkuliahan.

7. Bapak dan Ibu dosen serta staf Manajemen Resort dan Leisure yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta pengalaman bagi penulis selama menyelesaikan perkuliahan.
8. Manajemen dan seluruh pihak Hotel Four Points by Sheraton Bandung yang telah memberikan izin dan dukungan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian.
9. Staf Sales dan Marketing Four Points by Sheraton Bandung, Pak Trio, Pak Iwan, Bu Disca, Kak Novi, Kak Caca, Kak Cindy, Kak Egi, Kak Karisa, Kak Deniel, Bu Uci, dan teman-teman *training* penulis di Four Points, Nisa, Raisya, Kak Vio, Amel, Key, Akmal, Ney, dan Rindi yang telah menemani dan memberikan pengalaman serta momen kebersamaan selama penulis menjalani masa *training*.
10. Teman-teman MRL angkatan 2020 yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan perkuliahan penulis, khususnya Arul, There, Nara, Shilvi, Ina, Aul, dan Saddam. Terimakasih atas kebersamaan, dukungan, bantuan, serta semangat yang selalu diberikan selama masa perkuliahan hingga proses penyelesaian skripsi ini
11. Ibu Maharani atas bantuan, dukungan, serta masukan selama penulis menjalani masa SMK hingga perkuliahan.
12. Rekan-rekan penulis, khususnya Pipit, Diana, Astri, Alya, Taufik, Anita, Dinura, Sena, Trio, yang selalu memberikan bantuan, dukungan, semangat, serta motivasi yang berarti sepanjang perjalanan penulis.
13. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan kontribusi kepada penulis, namun tidak dapat disebutkan satu per satu. Penulis sangat menghargai setiap bentuk bantuan yang telah diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang telah menjadi bagian penting dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas segala kebaikan dan dukungan yang telah diberikan.

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENGALAMAN TAMU TERHADAP KEPUASAN TAMU DI HOTEL FOUR POINTS BY SHERATON BANDUNG

oleh

Muhamad Fadillah Dian Pamungkas

2004877

Industri pariwisata di Indonesia menunjukkan perkembangan signifikan pasca pandemi COVID-19, khususnya di Kota Bandung yang ditandai peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Kondisi ini membuka peluang bagi sektor perhotelan untuk berkembang. Namun, Hotel Four Points by Sheraton Bandung mengalami penurunan tingkat okupansi serta menerima sejumlah ulasan negatif dari tamu terkait pelayanan dan pengalaman tamu yang kurang optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan pengalaman tamu terhadap kepuasan tamu di Hotel Four Points by Sheraton Bandung. Penelitian ini menerapkan jenis penelitian kuantitatif dengan desain survei untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X_1) dan pengalaman tamu (X_2) sebagai variabel independen terhadap kepuasan tamu (Y) sebagai variabel dependen. Data dikumpulkan melalui metode kuesioner dengan total 140 responden yang memiliki pengalaman menginap di Hotel Four Points by Sheraton Bandung. Teknik analisis yang digunakan mencakup analisis deskriptif serta analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS *Statistic* 30. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan pengalaman tamu berada dalam kategori sangat baik. Melalui hasil analisis regresi linear berganda, didapatkan persamaan regresi $Y = 2,021 + 0,073X_1 + 0,366X_2$, yang memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, pengujian hipotesis membuktikan bahwa kualitas pelayanan maupun pengalaman tamu berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan tamu di Hotel Four Points by Sheraton Bandung.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Pengalaman Tamu, Kepuasan Tamu, Hotel Four Points By Sheraton Bandung

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND GUEST EXPERIENCE ON GUEST SATISFACTION AT FOUR POINTS BY SHERATON BANDUNG HOTEL

by

Muhamad Fadillah Dian Pamungkas

2004877

Tourism industry in Indonesia showed significant growth after the COVID-19 pandemic, particularly in Bandung City, as indicated by the increasing number of tourist visits. This condition created opportunities for the hospitality sector to develop. However, Four Points by Sheraton Bandung Hotel experienced a decline in occupancy rates and received several negative reviews from guests regarding suboptimal service and guest experiences. This study aimed to analyze the influence of service quality and guest experience on guest satisfaction at Four Points by Sheraton Bandung Hotel. A quantitative research method with a survey design was employed to examine the influence of service quality (X_1) and guest experience (X_2) as independent variables on guest satisfaction (Y) as the dependent variable. Data were collected through questionnaires distributed to 140 respondents who had stayed at Four Points by Sheraton Bandung Hotel. The analysis techniques used included descriptive analysis and multiple linear regression analysis, assisted by IBM SPSS Statistics 30 software. The results showed that both service quality and guest experience were rated as very good. The multiple linear regression analysis produced the equation $Y = 2.021 + 0.073X_1 + 0.366X_2$, indicating a positive influence of the independent variables on the dependent variable. Furthermore, hypothesis testing confirmed that both service quality and guest experience had partial and simultaneous effects on guest satisfaction at Four Points by Sheraton Bandung Hotel.

Keywords: Service Quality, Guest Experience, Guest Satisfaction, Four Points By Sheraton Bandung Hotel

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1. Pemasaran.....	7
2.2. Bauran Pemasaran	7
2.3. Akomodasi dalam Industri Pariwisata.....	10
2.4. Pemasaran Hotel.....	11
2.5. Kualitas Pelayanan	11
2.5.1. Konsep Kualitas Pelayanan	11
2.5.2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	13
2.6. Pengalaman Tamu	15
2.6.1. Konsep Pengalaman Tamu.....	15
2.6.2. Dimensi Pengalaman Tamu	17
2.7. Kepuasan Tamu	19
2.7.1. Konsep Kepuasan Tamu.....	19
2.7.2. Dimensi Kepuasan Tamu	21

2.8. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Tamu terhadap Kepuasan Tamu	22
2.9. Hasil Penelitian Terdahulu	23
2.10. Kerangka Pemikiran	28
2.11. Hipotesis Penelitian	30
BAB III	32
METODE PENELITIAN	32
3.1. Desain Penelitian	32
3.2. Lokasi Penelitian	32
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.3.1. Populasi	33
3.3.2. Sampel	34
3.4. Teknik Sampling	34
3.5. Operasional Variabel	35
3.6. Jenis dan Sumber Data Penelitian	37
3.7. Metode Pengumpulan Data	39
3.8. Instrumen Penelitian	40
3.8.1. Uji Validitas	41
3.8.2. Uji Reliabilitas	43
3.9. Teknik Analisis Data	44
3.9.1. Analisis Deskriptif	44
3.9.2. Analisis Regresi Linear Berganda	47
3.10. Uji Asumsi Klasik	48
3.10.1. Uji Normalitas	48
3.10.2. Uji Multikolinearitas	49
3.10.3. Uji Heteroskedastisitas	49
3.11. Pengujian Hipotesis	49
3.11.1. Uji t	50
3.11.2. Uji F	50
3.12. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	51
BAB IV	52
HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1. Gambaran Lokasi Penelitian	52
4.2. Gambaran Umum Profil Responden	56
4.3. Hasil Analisis Deskriptif	58

4.3.1. Tanggapan Responden mengenai Kualitas Pelayanan di Hotel Four Points by Sheraton Bandung.....	59
4.3.2. Tanggapan Responden mengenai Pengalaman Tamu di Hotel Four Points by Sheraton Bandung.....	61
4.3.3. Tanggapan Responden mengenai Kepuasan Tamu di Hotel Four Points by Sheraton Bandung	63
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	65
4.4.1. Hasil Uji Normalitas.....	65
4.4.2. Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
4.4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
4.5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	67
4.6. Hasil Pengujian Hipotesis	69
4.6.1. Hasil Uji t	69
4.6.2. Hasil Uji F	70
4.7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	71
4.8. Pembahasan	72
4.8.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Four Points by Sheraton Bandung.....	72
4.8.2. Pengaruh Pengalaman Tamu Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Four Points by Sheraton Bandung.....	73
4.8.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Tamu Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Four Points by Sheraton Bandung	74
BAB V.....	76
KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1. Kesimpulan.....	76
5.2. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung Tahun 2020-2023 ..	1
Tabel 1.2.	Tingkat Okupansi Hotel Four Points by Sheraton Bandung Tahun 2020-2023	2
Tabel 2.1.	Hasil Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1.	Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2.	Jenis dan Sumber Data Penelitian	38
Tabel 3.3.	Skala Likert	40
Tabel 3.4.	Hasil Uji Validitas	42
Tabel 3.5.	Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.1.	Tipe Kamar, Ukuran, dan Jumlah Kamar Hotel Four Points by Sheraton Bandung	53
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden	56
Tabel 4.3.	Tanggapan Responden mengenai Kualitas Pelayanan di Hotel Four Points by Sheraton Bandung.....	59
Tabel 4.4.	Tanggapan Responden mengenai Pengalaman Tamu di Hotel Four Points by Sheraton Bandung.....	61
Tabel 4.5.	Tanggapan Responden mengenai Kepuasan Tamu di Hotel Four Points by Sheraton Bandung	64
Tabel 4.6.	Hasil Uji Normalitas.....	66
Tabel 4.7.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4.8.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4.9.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4.10.	Hasil Uji t	69
Tabel 4.11.	Kesimpulan terhadap Hasil Uji t	70
Tabel 4.12.	Hasil Uji F	71
Tabel 4.13.	Hasil Uji Koefisien Determinasi	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Persentase Ulasan Tamu Four Points by Sheraton Bandung.....	3
Gambar 2.1	<i>Hierarchical Model of Service Quality</i>	14
Gambar 2.2	Kerangka <i>Experience Quality</i> (EXQ).....	18
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran	29
Gambar 2.4	Hipotesis Penelitian	30
Gambar 3.1	Denah Lokasi Hotel Four Points by Sheraton Bandung.....	33
Gambar 3.2	Garis Kontinum.....	47
Gambar 4.1	Hotel Four Points by Sheraton Bandung	52
Gambar 4.2	<i>Function Room</i> beserta Kapasitas di Hotel Four Points by Sheraton Bandung.....	54
Gambar 4.3	F&B <i>Outlet</i> di Hotel Four Points by Sheraton Bandung	55
Gambar 4.4	Fasilitas Pendukung di Hotel Four Points by Sheraton Bandung.....	55
Gambar 4.5	Garis Kontinum Kualitas Pelayanan di Hotel Four Points by Sheraton Bandung.....	61
Gambar 4.6	Garis Kontinum Pengalaman Tamu di Hotel Four Points by Sheraton Bandung.....	63
Gambar 4.7.	Garis Kontinum Kepuasan Tamu di Hotel Four Points by Sheraton Bandung.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. SK Pembimbing Skripsi	82
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 3. Tangkapan Layar Penyebaran Kuesioner melalui <i>Direct Message</i> ..	90
Lampiran 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Hasil Kuesioner.....	90
Lampiran 5. Tabulasi Jawaban Responden Berdasarkan Hasil Kuesioner	94
Lampiran 6. Hasil Perhitungan Skor Aktual berdasarkan Hasil Kuesioner.....	99
Lampiran 7. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	103
Lampiran 8. Hasil Pengujian Asumsi Klasik	105
Lampiran 9. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	106
Lampiran 10. Hasil Pengujian Hipotesis.....	106

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, M., Purba, B., Siregar, F. A., Sihombing, R., & Sinulingga, S. D. N. (2024). Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Tingkat Hunian Kamar Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Sumatera Utara Periode 2010-2019. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 253–261.
- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30.
- Aisyah, S. N., & Rosyidi, S. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Customer Review, Customer Rating Dan Promosi Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee. *Jurnal Kompetitif*, 12(1), 48–60.
- Ajininggar, D. R., & Budiarti, L. (2023). Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maxpress Coin Laundry Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 186–192.
- Ananda, S., & Devesh, S. (2016). Service quality and customer satisfaction: A study in the perception of retail banking customers in oman. *Economic and Social Development: Book of Proceeding*, 333.
- Anggoro, D. A., & Baskoro, D. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *GARUDA (Global Research on Tourism Development and Advancement)*, 4(1), 25–53.
- Antara, H., Siswanto, S., & Damarsiwi, E. P. M. (2020). The Effect of Customer Experience and Brand Trust on Customer Loyalty on Allbaik Chicken. *BIMA Journal (Business, Management, & Accounting Journal)*, 1(2), 115–125.
- Brady, M. K., & Cronin Jr., J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34–49.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. In *Sage publications*.
- Fridajuniari, N. W. W., Widhiastuty, N. L. P. S., & Budiasa, I. K. (2023). Prosedur Penerimaan Tamu Individual Check-in Oleh Petugas Penerimaan Tamu Di Hotel the Ritz Carlton Nusa Dua Bali. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies*, 3(1), 37–45.
- Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to sustain the customer experience: An overview of experience components that co-create value with the customer. *European Management Journal*, 25(5), 395–410.
- Goetsch, D. L., & Davis, S. (2016). Quality management for organizational excellence: Introduction to total quality. In *Pearson*. <https://doi.org/10.4337/9781788975599.00039>

- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*.
- Hayati, A. M., Fajar, F., Dibrata, T., Ngesti, M. U., & Ginanjar, S. E. (2023). Pengaruh Online Review Terhadap Keputusan Pembelian Kamar Pada Hotel Bintang Empat Dan Bintang Lima Di Kota Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2613–2620.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024a). Analisis Regresi Dan Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS 29.0 & Smart-PLS 4.0. In *Eureka Media Aksar*.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024b). *Operasionalisasi Variabel, Skala Pengukuran & Instrumen Penelitian Kuantitatif*.
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *ANALISIS DATA KUANTITATIF Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda*. Lakeisha.
- Indrasari, M. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan. In *Unitomo Press*.
- Kanittinsutitong, N., Wang, A. B. A., Taihiam, N., Somwong, S., Nooring, W., & Inkaew, A. (2022). Guidelines for the development of tourism for tourists with different demographic characteristics in Sichon District, Nakhon Si Thammarat Province. *Linguistics and Culture Review*, 6(S5), 40–55.
- Kim, W. G., & Park, S. A. (2017). Social Media Review Rating versus Traditional Customer Satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(2).
- Klaus, P. “Phil,” & Maklan, S. (2012). EXQ: a multiple-item scale for assessing service experience. *Journal of Service Management*, 23(1), 5–33.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Bowen, J. T. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management 14E. In *Pearson*.
- Kurniasari, F., & Sugiyanto, E. K. (2020). Dimensi Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel X Semarang). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 3(2), 112–125.
- Lemke, F., Clark, M., & Wilson, H. (2011). Customer experience quality: An exploration in business and consumer contexts using repertory grid technique. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39, 846–869.
- Lumempow, K. R., Worang, F. G., & Gunawan, E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swiss Bel Hotel Maleosan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(1), 1–11.

- McCarthy, E. J., & Perreault Jr, W. D. (1993). *Basic Marketing: A Global-Managerial Approach*.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan metode suksesif interval pada analisis regresi linier berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53.
- Pradiatiningtyas, D. (2017). Pengaruh Web Experience, Social Factor, Dan Ease Of Use Terhadap Penggunaan Reservasi Hotel Secara Online. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 8(2), 70–80.
- Rahmawati, N., M. Ramdan, A., & Samsudin, A. (2019). Analisis Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan Wisata Kuliner Selamat Toserba Sukabumi. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 1(1), 109–119.
- Ristia, N. D., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Nilai Pelanggan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Albania Coffee Boja). *YUME : Journal of Management*, 5(1), 1–16.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Rutherford, D. G., & O’Fallon, M. J. (2007). Hotel Management and Operations. In *John Wiley & Sons, Inc.*
- Samalam, A. A., Rondunuwu, D. O., & Towoliu, R. D. (2016). Peranan Sektor Akomodasi Dalam Upaya Mempromosikan Objek Dan Daya Tarik Wisata. *Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 3(1), 30–46.
- Sapta, I. K. S., & Landra, N. (2018). Bisnis Pariwisata. In *CV. Noah Aletheia*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. John Wiley & Sons. <http://repository.lppm.unila.ac.id/id/eprint/12007>
- Shaw, C., & Hamilton, R. (2016). The Intuitive Customer: 7 Imperatives For Moving Your Customer Experience to the Next Level. In *Springer Nature*.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Smith, S., & Wheeler, J. (2002). Managing the customer experience: Turning customers into advocates. In *Pearson Education*.
- Sudarso, E. (2024). Pengaruh Customer Experience, Harga Dan Lokasi Terhadap Revisit Intention Pada Hotel Grand Mandarin Singkawang. *FOKUS: Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, 22(1), 172–183.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. CV Alfabeta.
- Suryantini, I. G. A. A., & Sujana, I. N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee di Kota Singaraja. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 116–122.
- Taniredja, T., & Mustafidah, H. (2011). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta
- Tobing, M. (2021). Pengaruh Jumlah Obyek Wisata, Tingkat Penghunian Kamar, Dan Jumlah Kunjungan Wisatawan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Simalungun. *Jurnal Ekuilnomi*, 3(2), 127–139.
- Wilson, A., Zeithaml, V. A., Jo Bitner, M., & Gremler, D. D. (2016). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill.
- Yosua, E. C., & Kusumawidjaya, E. (2024). Pengaruh Pengalaman Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan: Studi Empiris Pada Pelanggan Hotel Jw Marriott Surabaya. *Jurnal FAME*, 7(1), 30–39.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services marketing: Integrating customer focus across the firm. In *McGraw-Hill*.
- Zikri, A., & Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 923–926.