

Peran Penting Housekeeping dalam Menjaga Kepuasan Tamu Hotel Patra Cirebon

The Important Role of Housekeeping in Maintaining Guest Satisfaction at Hotel Patra Cirebon

Pungky Dios Purnomo & Enik Rahayu*

Program Studi Manajemen Perhotelan, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata, Indonesia

Diterima: 17 Juli 2025; Direview: 31 Juli 2025; Disetujui: 18 Agustus 2025

*Corresponding Email: enikrahayu@stiepari.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran layanan housekeeping dalam meningkatkan kepuasan tamu di Hotel Patra Cirebon. Layanan housekeeping yang baik menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan pengalaman menginap yang nyaman, bersih, dan menyenangkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner, wawancara mendalam, dan observasi langsung terhadap aktivitas housekeeping dan persepsi tamu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan tamu terhadap layanan housekeeping sangat tinggi, dengan mayoritas tamu menyatakan sangat puas terhadap kebersihan kamar dan sikap profesional staf. Namun, terdapat catatan terkait kecepatan layanan saat okupansi hotel tinggi. Faktor pendukung keberhasilan layanan ini meliputi penerapan standar operasional prosedur (SOP) yang konsisten, pelatihan rutin bagi staf, penggunaan peralatan modern, serta sistem penanganan keluhan yang responsif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa manajemen layanan housekeeping secara strategis dan profesional tidak hanya meningkatkan kepuasan dan loyalitas tamu, tetapi juga memperkuat citra serta daya saing Hotel Patra Cirebon di industri perhotelan. Temuan ini memberikan kontribusi praktis bagi pengelola hotel dalam merancang strategi peningkatan kualitas layanan yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Housekeeping; Kepuasan; Hotel.

Abstract

This study aims to examine the role of housekeeping services in enhancing guest satisfaction at Hotel Patra Cirebon. Quality housekeeping service is a crucial factor in creating a comfortable, clean, and pleasant stay experience. This research uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques including questionnaires, in-depth interviews, and direct observations of housekeeping activities and guest perceptions. The findings reveal that guest satisfaction with housekeeping services is very high, with the majority of guests expressing great satisfaction with room cleanliness and the professional attitude of the staff. However, there are some concerns regarding service speed during peak occupancy periods. Supporting factors contributing to the success of these services include the consistent implementation of standard operating procedures (SOP), regular staff training, the use of modern equipment, and a responsive complaint handling system. The study concludes that strategic and professional management of housekeeping services not only enhances guest satisfaction and loyalty but also strengthens the image and competitiveness of Hotel Patra Cirebon in the hospitality industry. These findings provide practical recommendations for hotel management in designing sustainable service quality improvement strategies.

Keywords: Housekeeping; Satisfaction; Hotel.

How to Cite: Pungky Dios Purnomo, Enik Rahayu. (2025). Peran Penting Housekeeping dalam Menjaga Kepuasan Tamu Hotel Patra Cirebon. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 8 (1): 258-264.

PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor jasa yang memiliki tingkat persaingan tinggi. Keberhasilan dan keberlanjutan bisnis hotel sangat bergantung pada kemampuannya dalam memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan, yang tercermin melalui tingkat kepuasan tamu. Dalam kondisi pasar yang dinamis dan kebutuhan konsumen yang terus berkembang, kualitas layanan selama masa menginap menjadi faktor krusial dalam membentuk pengalaman tamu secara menyeluruh (Kotler, Philip, 2020). Dalam konteks ini, layanan housekeeping memainkan peran strategis tidak hanya dalam memastikan aspek fungsional seperti kebersihan dan kerapian kamar, tetapi juga sebagai titik kontak utama yang secara langsung memengaruhi persepsi dan tingkat kepuasan pelanggan (Mastarida, 2023); (Rahayu & Yuliamir, 2021).

Studi terkini dari (Cholis et al., 2023) menunjukkan bahwa ketidaksesuaian terhadap ekspektasi kebersihan atau keterlambatan pelayanan dapat menimbulkan ketidakpuasan signifikan, yang kemudian berdampak negatif terhadap reputasi hotel, terutama melalui ulasan daring yang tersebar luas. Oleh karena itu, hotel dituntut untuk terus memperbarui standar operasional, meningkatkan pelatihan karyawan, dan mempercepat respon terhadap keluhan tamu guna mempertahankan kualitas layanan yang kompetitif. Hotel Patra Cirebon sebagai hotel berbintang yang melayani tamu dari berbagai latar belakang menghadapi tantangan serupa dalam menjaga mutu layanan yang konsisten. Penelitian sebelumnya seperti yang disampaikan (Chuangjian et al., 2020). Situasi ini menuntut hotel untuk secara konsisten meningkatkan protokol kebersihan dan mempercepat proses pelayanan agar mampu memenuhi ekspektasi baru yang berkembang di masyarakat.

Hotel Patra Cirebon sebagai hotel bintang yang melayani segmen tamu dari berbagai latar belakang menghadapi tantangan besar dalam menjaga konsistensi mutu layanan housekeeping. Menurut penelitian (Wahyu et al., 2022), Hotel Patra Cirebon sebagai hotel berbintang yang melayani tamu dari berbagai latar belakang menghadapi tantangan serupa dalam menjaga mutu layanan yang konsisten. Penelitian sebelumnya seperti yang disampaikan (Islahuddin & Arfin Muh Salim, 2022); (Chuangjian et al., 2020).

Meskipun telah banyak studi yang membahas peran housekeeping terhadap kepuasan pelanggan, sebagian besar berfokus pada pengukuran tingkat kepuasan secara umum tanpa menggali secara mendalam interaksi antara dimensi kualitas layanan, peran manajemen, serta konteks spesifik hotel tertentu. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan mengkaji secara komprehensif bagaimana layanan housekeeping berkontribusi terhadap pembentukan kepuasan tamu di Hotel Patra Cirebon, yang hingga saat ini belum banyak dibahas dalam literatur akademik, khususnya di konteks perhotelan lokal berskala menengah-atas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi secara mendalam peran strategis layanan housekeeping dalam menciptakan dan mempertahankan kepuasan tamu di Hotel Patra Cirebon. Penelitian ini juga menganalisis hubungan antara dimensi layanan housekeeping—seperti kebersihan kamar, ketepatan waktu layanan, dan profesionalisme petugas—dengan persepsi tamu terhadap kualitas layanan. Di samping itu, penelitian ini menggali faktor pendukung dan hambatan dalam implementasi layanan housekeeping, seperti pelatihan karyawan, penerapan SOP, pengawasan kualitas, serta respon manajerial terhadap umpan balik tamu. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat disusun rekomendasi strategis berbasis temuan empiris untuk peningkatan mutu layanan housekeeping guna memperkuat loyalitas pelanggan, membangun citra positif, dan meningkatkan daya saing Hotel Patra Cirebon dalam industri perhotelan yang kompetitif.

Teori Kepuasan Pelanggan (Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, 1998). Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi konsumen setelah membandingkan harapan mereka dengan kinerja aktual layanan yang diterima. Konsep kesenjangan antara harapan dan kenyataan ini dikenal sebagai *disconfirmation theory*. Dalam konteks layanan housekeeping, apabila kebersihan, kerapian, dan layanan memenuhi atau melebihi ekspektasi tamu, maka kepuasan tercapai dan berkontribusi pada loyalitas tamu. Penelitian lanjutan menyatakan bahwa kepuasan juga

berpengaruh pada komunikasi positif mulut ke mulut dan iklan tidak langsung yang sangat penting dalam industri perhotelan.

Manajemen Kualitas Pelayanan (Kotler, P. and Keller, 2016). Manajemen mutu layanan berbasis standar prosedur operasional (SOP) dan pelatihan terus menerus sangat vital untuk menjaga kualitas konsisten. Kualitas diukur dari dimensi reliabilitas, kecepatan, ketepatan, dan kemampuan respons petugas housekeeping. Selain itu, pelaksanaan program kualitas total (*Total Quality Management* - TQM) dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional dan peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan. Kualitas pelayanan yang terjaga merupakan faktor utama dalam membangun reputasi dan meningkatkan daya saing hotel (Evans, D., & Lindsay, 2020).

Teori Perilaku Konsumen (Schiffman, L. G., & Kanuk, 2018). Pengalaman pelanggan yang positif terhadap layanan housekeeping tidak hanya mempengaruhi keputusan pembelian ulang, tetapi juga berpengaruh pada loyalitas jangka panjang dan rekomendasi kepada orang lain (*word of mouth*). Persepsi terhadap kualitas layanan, seperti kebersihan kamar dan keramahan petugas, membentuk citra hotel di mata pelanggan. Teori ini juga menyoroti pentingnya pemahaman psikologis pelanggan dan segmentasi pasar dalam mengelola layanan jasa agar lebih personal dan berorientasi pada kebutuhan spesifik tiap segmen (Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, 2018).

Teori Manajemen Pelayanan (Cesariana et al., 2022). Interaksi antara tamu dan petugas housekeeping adalah elemen penting dalam penciptaan nilai layanan. Profesionalisme, empati, dan kemampuan berkomunikasi petugas mendukung penciptaan pengalaman positif yang membangun hubungan emosional dengan tamu. Grönroos mengemukakan dua aspek pelayanan: *technical quality* (hasil layanan seperti kebersihan) dan *functional quality* (bagaimana pelayanan disampaikan). Keduanya harus dikelola secara seimbang untuk kepuasan maksimal.

Teori SERVQUAL (Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, 1998). Model SERVQUAL menilai kualitas layanan dari lima dimensi utama:

- 1) *Tangibility* (bukti fisik seperti kebersihan dan peralatan housekeeping)
- 2) *Reliability* (keandalan dalam memenuhi janji layanan)
- 3) *Responsiveness* (kecepatan dan kesigapan petugas dalam memenuhi kebutuhan tamu)
- 4) *Assurance* (jaminan kepercayaan dari keterampilan dan sikap petugas)
- 5) *Empathy* (perhatian pribadi dan pengertian terhadap kebutuhan tamu) Dengan penerapan SERVQUAL, hotel dapat mengukur dan memonitor aspek layanan mana yang perlu diperbaiki agar meningkatkan kepuasan pelanggan pada layanan housekeeping (Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, 1998).

Model Kano (Murgani & Hasibuan, 2022) Model ini mengelompokkan atribut layanan menjadi tiga kategori: kebutuhan dasar (*must-be*), kebutuhan kinerja (*performance*), dan kebutuhan kegembiraan (*excitement*). Dalam housekeeping, kebersihan kamar adalah kebutuhan dasar yang harus dipenuhi agar tamu tidak merasa kecewa; pelayanan cepat dan ramah termasuk kebutuhan kinerja yang bisa meningkatkan kepuasan; sementara inovasi layanan seperti penyediaan aroma terapi di kamar dapat menjadi atribut kegembiraan yang menambah nilai pengalaman tamu.

Teori Pengelolaan Sumber Daya Manusia dalam Layanan (Kotler, Philip; Armstrong, 2008). Keberhasilan layanan housekeeping sangat dipengaruhi oleh pengelolaan SDM, meliputi rekrutmen, pelatihan, motivasi, dan kepuasan pekerja. Karyawan yang termotivasi dan terlatih dengan baik cenderung memberikan layanan yang lebih baik, sehingga meningkatkan kepuasan tamu. Perhatian pada kesejahteraan karyawan dan penciptaan budaya kerja positif adalah faktor penting untuk mempertahankan kualitas layanan.

Teori Pengalaman Pelanggan (Abdillah et al., 2020). Dalam konteks hotel, layanan housekeeping bukan hanya memenuhi kebutuhan fungsional melainkan juga menciptakan pengalaman penuh makna (*memorable experience*). Kebersihan dan kenyamanan kamar menciptakan ruang yang aman dan menyenangkan, meningkatkan kepuasan emosional tamu dan memungkinkan mereka merasa dihargai selama menginap.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang terfokus pada Hotel Patra Cirebon (Moleong, 2015). Pendekatan ini dipilih untuk mendapatkan gambaran yang mendalam dan holistik mengenai peran layanan housekeeping dalam menciptakan kepuasan tamu melalui berbagai perspektif.

Teknik Pengumpulan Data:

1. Wawancara Mendalam Dilakukan dengan staf housekeeping dan manajemen hotel untuk memahami secara detail prosedur pelayanan, tantangan yang dihadapi, serta persepsi internal mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan tamu. Wawancara bersifat semi-terstruktur agar memungkinkan penyesuaian pertanyaan sesuai dengan jawaban dan membuka ruang untuk informasi tambahan.
2. Kuesioner kepada Tamu Hotel Diberikan kepada tamu yang pernah menggunakan layanan housekeeping di Hotel Patra Cirebon, dengan tujuan mengumpulkan data kuantitatif dan kualitatif terkait tingkat kepuasan, harapan, serta pengalaman mereka selama menggunakan layanan housekeeping.
3. Observasi Langsung Observasi dilakukan oleh peneliti di lapangan untuk mengamati secara langsung kondisi kebersihan kamar, pelaksanaan prosedur housekeeping, serta interaksi antara petugas dan tamu. Data ini berfungsi untuk memvalidasi dan melengkapi hasil wawancara dan kuesioner.

Analisis Data

Data yang terkumpul akan dianalisis secara tematik dengan mengelompokkan temuan berdasarkan tema utama, seperti kualitas kebersihan, ketepatan waktu layanan, sikap petugas, serta dukungan manajemen. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif tentang peran housekeeping dalam menjaga kepuasan tamu.

Tabel 1. Informan Penelitian

Jenis Informan	Jumlah	Keterangan
Staf Housekeeping	3	Petugas yang bertanggung jawab atas layanan kebersihan kamar
Manajemen Hotel	2	Supervisor dan manajer yang mengelola operasional housekeeping
Tamu Hotel	3	Tamu yang pernah menggunakan layanan housekeeping di hotel

Tabel 2. Pertanyaan Wawancara untuk Informan

Kode Informan	Pertanyaan
Housekeeping	1. Bagaimana prosedur standar yang dilakukan dalam memberikan layanan housekeeping di Hotel Patra Cirebon?
	2. Apa saja kendala atau tantangan yang biasanya ditemui dalam menjaga kebersihan dan kepuasan tamu?
Manajemen	1. Bagaimana langkah-langkah manajemen dalam mendukung staf housekeeping untuk menjaga kualitas layanan?
	2. Bagaimana mekanisme manajemen dalam menangani keluhan tamu terkait layanan housekeeping?
Tamu	1. Seberapa puas Anda dengan tingkat kebersihan kamar dan layanan housekeeping selama menginap di Hotel Patra Cirebon?
	2. Apakah Anda memiliki pengalaman khusus yang memengaruhi kepuasan atau ketidakpuasan Anda terhadap layanan housekeeping?

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Kepuasan Tamu terhadap Layanan Housekeeping

Berdasarkan data kuesioner yang disebarkan kepada tiga tamu Hotel Patra Cirebon, ditemukan bahwa 66,7% responden menyatakan sangat puas dengan layanan housekeeping, sementara 33,3% menyatakan puas namun memberikan catatan terhadap kecepatan pelayanan.

Temuan ini sejalan dengan dimensi "Tangibles" dan "Reliability" dalam model SERVQUAL ((Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, 1998), di mana kebersihan fisik dan kemampuan staf

untuk memberikan layanan sesuai janji menjadi indikator utama kepuasan. Kondisi kamar yang bersih, tertata rapi, dan bebas debu menunjukkan bahwa standar kebersihan telah terpenuhi, sehingga memenuhi ekspektasi tamu (*disconfirmation theory*). Namun, dimensi “*Responsiveness*” tampaknya masih perlu diperkuat, khususnya dalam hal kecepatan dan ketepatan waktu pelayanan.

Dalam konteks Model Kano, kebersihan kamar merupakan “*must-be quality*” kebutuhan dasar yang apabila tidak terpenuhi akan menimbulkan ketidakpuasan. Sebaliknya, ketika dipenuhi, tidak langsung menciptakan kegembiraan, tetapi menjadi dasar loyalitas. Catatan tamu mengenai waktu layanan menunjukkan bahwa aspek “*performance quality*” (kecepatan layanan) masih memiliki ruang untuk ditingkatkan agar menambah nilai kepuasan secara keseluruhan.

Prosedur dan Tantangan Pelayanan Housekeeping

a. Prosedur Standar Pelayanan

Wawancara dengan tiga staf housekeeping dan pihak manajemen menunjukkan bahwa prosedur layanan telah dijalankan sesuai standar operasional. Proses pembersihan dilakukan secara sistematis dan menyeluruh, mulai dari pergantian linen, pengelapan furnitur, hingga pengecekan kelengkapan fasilitas.

Prosedur ini mencerminkan dimensi “*Assurance*” dan “*Reliability*” dalam SERVQUAL di mana kepercayaan tamu dibentuk melalui kompetensi dan konsistensi staf. Selain itu, penggunaan Total Quality Management (TQM) juga tercermin dalam komitmen untuk menjaga kualitas melalui pelatihan dan SOP yang berkelanjutan (Kotler, P. and Keller, 2016).

b. Tantangan Operasional

Keterbatasan waktu selama periode okupansi tinggi menjadi tantangan utama. Hal ini dapat berdampak pada dimensi *Responsiveness* dan *Empathy* dalam SERVQUAL, jika staf tidak mampu memberikan perhatian personal atau layanan cepat terhadap permintaan khusus tamu.

Dalam kerangka Model Kano, permintaan khusus seperti pembersihan tambahan termasuk dalam kategori “*excitement quality*” atribut yang bila diberikan secara efektif akan menciptakan kesan menyenangkan yang memperkuat loyalitas. Namun, tantangan operasional saat okupansi tinggi dapat menghambat pemberian nilai tambah ini, sehingga peluang menciptakan pengalaman positif bisa hilang.

c. Peran Manajemen

Pihak manajemen berperan dalam penguatan sistem layanan melalui pelatihan berkala, penggunaan peralatan modern, dan sistem pengelolaan keluhan. Mekanisme ini mencerminkan penerapan dimensi *Assurance* dan *Empathy* yang berfokus pada peningkatan keterampilan dan sensitivitas staf terhadap kebutuhan tamu.

Teori Pengelolaan SDM dalam layanan (Kotler, 2016) juga terlihat di sini, di mana pelatihan dan motivasi staf menjadi bagian dari strategi manajemen mutu. Kepuasan dan kapabilitas karyawan akan berdampak langsung pada kepuasan pelanggan.

Observasi Kondisi Pelayanan

Observasi langsung peneliti mendukung hasil kuesioner dan wawancara:

a. Standar Kebersihan

Kamar menunjukkan tingkat kebersihan yang sangat baik. Ini mendukung dimensi *Tangibility* dalam SERVQUAL dan memperkuat persepsi profesionalisme hotel. Menurut teori Pengalaman Pelanggan (Abdillah et al., 2020), pengalaman indrawi seperti aroma segar dan tampilan rapi membentuk memori positif dalam benak tamu.

b. Sikap dan Etika Pelayanan

Petugas menunjukkan sikap sopan dan kooperatif. Ini mendukung dimensi *Empathy* dan *Assurance*, serta memperkuat aspek *Functional Quality* dari teori Grönroos, yang menekankan pentingnya bagaimana layanan diberikan, bukan hanya hasil akhirnya.

Sintesis Teori dan Temuan

Model SERVQUAL terbukti relevan dalam memetakan aspek layanan yang dirasakan tamu: kebersihan (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), kecepatan (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*),

dan empati (*Empathy*). Temuan menunjukkan skor tinggi pada dimensi tangibles dan reliability, tetapi masih ada tantangan pada responsiveness.

Model Kano membantu memahami bahwa sebagian aspek housekeeping merupakan kebutuhan dasar (*must-be*), namun penguatan pada aspek excitement (inovasi layanan) belum optimal dan bisa menjadi peluang strategis.

Teori Total Quality Management dan SDM juga terlihat diterapkan melalui pelatihan dan manajemen operasional, tetapi pengelolaan beban kerja staf saat okupansi tinggi perlu ditingkatkan agar kualitas tidak menurun.

Teori Pengalaman Pelanggan menegaskan pentingnya kualitas layanan housekeeping tidak hanya untuk kebutuhan fungsional tetapi juga untuk menciptakan pengalaman menginap yang berkesan secara emosional.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut:

1. Tingkat kepuasan tamu terhadap layanan housekeeping di Hotel Patra Cirebon tergolong sangat tinggi, dengan 66,7% tamu menyatakan sangat puas dan 33,3% merasa puas, meskipun menyampaikan catatan pada aspek kecepatan layanan. Hal ini mencerminkan bahwa standar kebersihan dan kualitas layanan housekeeping secara umum telah memenuhi ekspektasi tamu. Penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah dalam memperkuat pemahaman tentang pentingnya kualitas layanan sebagai determinan utama dalam menciptakan pengalaman menginap yang positif di sektor perhotelan.
2. Pelaksanaan prosedur pelayanan housekeeping telah dilakukan sesuai dengan standar operasional hotel, dengan fokus pada kebersihan menyeluruh kamar dan fasilitas penunjang. Namun, beban kerja tinggi saat okupansi meningkat menjadi tantangan dalam menjaga efisiensi pelayanan. Temuan ini menambahkan dimensi baru dalam literatur manajemen operasional hotel, yakni perlunya strategi penjadwalan dan manajemen beban kerja yang adaptif untuk menjaga kualitas layanan secara konsisten.
3. Manajemen hotel menunjukkan komitmen tinggi dalam peningkatan kualitas layanan melalui pelatihan rutin, pemanfaatan peralatan modern, serta sistem penanganan keluhan tamu yang responsif. Kontribusi teoretis dari penelitian ini adalah pada penguatan model manajemen kualitas layanan yang menekankan integrasi antara kompetensi teknis dan soft skills staf dalam membangun kepuasan dan loyalitas tamu.
4. Sikap profesional dan keramahan staf housekeeping terbukti menjadi nilai tambah penting dalam menciptakan kepuasan tamu secara menyeluruh. Interaksi yang hangat antara staf dan tamu turut memperkuat citra positif hotel. Hal ini memberikan kontribusi empiris pada kajian hospitality service excellence, dengan menekankan pentingnya human interaction dalam membentuk persepsi dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., Mulyatini, N., & Yustini, I. (2020). Pengaruh Experiential Marketing dan Perceived Quality Terhadap Kepuasan Pengunjung (Suatu Studi pada Pengunjung Green Canyon Pangandaran). *Business Management End Entrepreneurship*, 2, 93-102. <https://jurnal.unigal.ac.id/bmej/article/view/4219/3610>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224.
- Cholis, M. N., Rahayu, E., Apriliyani, R., Widagdo, S., & Yuliamir, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Hotel dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Noormans Semarang. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 19(2), 121-138. <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v19i2.317>
- Chuangjian, Chen, L. L., Bagas, L., Lu, Y., He, X., Lai, X., Wass, S. Y., HEKINIAN, R., Weaver, B. L., Kar, A., Davidson, J. O. N., Colucci, M., Welsch, B., Hammer, J., Baronnet, A., Jacob, S., HELLEBRAND, E., Sinton, J. M., White, W. M., ... de Oliveira Chaves, A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan

- Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(1), 133–138.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2018). Consumer Behavior (10th ed.). In *South-Western Cengage Learning*.
- Evans, D., & Lindsay, W. M. (2020). *Managing for Quality and Performance Excellence*.
- Islahuddin, & Arfin Muh Salim, M. (2022). Staycation: Inovasi Produk untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Perhotelan di Era Adaptasi Kebiasaan Baru-Perspektif Manajemen Pendidikan. *Jambura Journal of Educational Management*, 3, 127–151. <https://ejournal-fip-ung.ac.id/ojs/index.php/jjem/index>
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Kotler, Philip; Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*.
- Kotler, Philip, et al. (2020). *Principles of Marketing*.
- Kotler, P. dan G. A. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran* (9th ed.). Erlangga.
- Mastarida, F. (2023). Hubungan Kualitas Layanan, Pengalaman Konsumen, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen: Model Konseptual Friska Mastarida. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(3), 521–526. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i3.702>
- Moleong, L. J. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Murgani, R., & Hasibuan, S. (2022). Peningkatan Kualitas Layanan Penyedia Layanan Logistik Berdasarkan Integrasi SERVQUAL dan QFD. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 11(2), 229–242. <https://doi.org/10.26593/jrsi.v11i2.5253.229-242>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1998). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Rahayu, E., & Yuliamir, H. (2021). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Kepuasan Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia Semarang. *Jurnal Visi Manajemen*, 7(2), 81–87.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2018). Consumer Behavior (11th ed.). In *Pearson*.
- Wahyu, N. U., Mulyati, & Oktaviani, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Housekeeping Department Terhadap Tingkat Kepuasan Tamu Menginap Di Hotel Santika Premiere Harapan Indah Bekasi. *Journal of Mandalika Review*, 1(2), 24–29. <https://doi.org/10.55701/mandalika.v1i2.35>

