

The Influence of Banquet Service Quality on Customer Satisfaction in Increasing Customer Loyalty at Hotel XYZ

Ni Komang Ayu Vioni^{1*}, I Gusti Ngruah Agung Suprastayasa², Ketut Arjaya³
Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara, Politeknik Pariwisata Bali
Corresponding Author: Ni Komang Ayu Vioni ayuvioni02@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords : Customer Satisfaction, Service Quality, Customer Loyalty

Received : 01 February 2025

Revised : 25 February 2025

Accepted: 27 March 2025

©2025 Vioni, Suprastayasa, Arjaya: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Banquet service plays an important role in determining customer satisfaction and increasing loyalty. This study aims to explore more deeply the influence of food and beverage service quality and customer loyalty levels with customer satisfaction as a connecting factor. This study used a questionnaire distributed to 87 respondents and analyzed using various statistical methods. The results of the analysis showed that service quality has a very significant positive impact on guest satisfaction. In addition, service quality also has a positive impact on guest loyalty. Guest satisfaction also has a positive influence on guest loyalty, with a very high statistical significance value and a regression coefficient of 0.134. This study also found that guest satisfaction plays a partial role in the relationship between service quality and guest loyalty.

Pengaruh Kualitas Pelayanan *Banquet Service* terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Hotel XYZ

Ni Komang Ayu Vioni^{1*}, I Gusti Ngruah Agung Suprastayasa², Ketut Arjaya³
Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara, Politeknik Pariwisata Bali
Corresponding Author: Ni Komang Ayu Vioni ayuvioni02@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

Received : 01 Februari 2025

Revised : 25 Februari 2025

Accepted: 27 Maret 2025

©2025 Vioni, Suprastayasa, Arjaya: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Pelayanan *banquet* merupakan peran penting untuk menentukan kepuasan pelanggan serta meningkatkan loyalitas. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai pengaruh kualitas layanan penyediaan makanan dan minuman serta tingkat kesetiaan pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai faktor penghubung. Penelitian ini menggunakan angket yang disebar kepada 87 responden dan dianalisis menggunakan berbagai metode statistik. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak positif yang sangat berarti terhadap kepuasan tamu. Selain itu, kualitas layanan juga berdampak positif terhadap kesetiaan tamu. Kepuasan tamu juga turut memberikan pengaruh positif terhadap kesetiaan tamu, dengan nilai signifikansi statistik yang sangat tinggi dan koefisien regresi sebesar 0.134. Penelitian ini juga menemukan bahwa kepuasan tamu berperan sebagai penghubung sebagian dalam hubungan antara kualitas layanan dan kesetiaan tamu.

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata di Bali mengalami kemajuan yang semakin pesat dan beragam di era globalisasi serta digitalisasi ini. Salah satu sektor pariwisata yang berkembang dan telah menggambarkan pusat kegiatan ekonomi dan pariwisata di Bali, yaitu industri perhotelan. Industri perhotelan adalah salah satu bisnis yang menyediakan pelayanan jasa. Hotel tidak hanya menawarkan fasilitas kamar yang lengkap, namun juga menyediakan fasilitas pendukung kegiatan MICE (*Meeting, Incentive, Conference, Exhibition*) dan *Wedding*.

Keberhasilan dan keberlanjutan hotel sangatlah bergantung kepada konsumen. Kualitas jasa harus diawali dengan pemenuhan kebutuhan pelanggan agar mencapai kepuasan pelanggan serta menciptakan persepsi positif terhadap kualitas pelayanan (Kotler, 2003). Salah satu hotel di Bali yang memiliki fasilitas ruangan dan pelayanan *banquet* yang cukup digemari oleh perusahaan swasta maupun pemerintahan yaitu hotel XYZ. Peranan *banquet service* sangat penting guna meningkatkan kepuasan pelanggan saat mengadakan sebuah *event* di hotel ini. Kemudian, mempertahankan kualitas pelayanan *banquet* menjadi faktor penting di tengah persaingan antar hotel di Bali yang semakin sengit, khususnya bagi tamu yang selektif dalam menentukan *venue* penyelenggaraan acara. Sejatinya, kepuasan pelanggan akan mendorong terciptanya kesetiaan (loyalitas) terhadap produk dan layanan yang ditawarkan.

Maka dari itu, peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian "Pengaruh Kualitas Pelayanan *Banquet Service* Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Hotel Four Points By Sheraton Bali Ungasan".

TINJAUAN PUSTAKA

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dijadikan acuan pada analisis ini diantaranya Joko Sadoso Priyo, Dkk (2019); Tia Aprilia Susnita (2021); Ika Devi Widyaningrum (2020); Deandra Vidyanata (2022); Rizka Novianty Haninda dan Novita Dwi Indriyani (2023); dapat disimpulkan penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya, yaitu menganalisis terkait dengan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

2. Kualitas Pelayanan

Wigati dan Putri (2021) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah layanan yang diberikan kepada tamu sesuai dengan standar pelayanan yang telah ditetapkan untuk pedoman dalam memberikan pelayanan.

3. Kepuasan Pelanggan

Wigati dan Putri, (2021) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa pelanggan sebagai hasil dari membandingkan kinerja suatu produk dengan harapannya.

4. Loyalitas Pelanggan

Sheth dan Mittal dalam Sugiyono (2018:624) mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai kesetiaan pelanggan yang kuat dan berkelanjutan terhadap sebuah merek, yang berdasarkan pada sikap positif dan tercermin dalam pembelian ulang.

5. *Hotel*

Hotel merupakan suatu jenis usaha yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan sebagai akomodasi yang menyediakan jasa penginapan, makanan, minuman serta fasilitas pendukung lainnya.

6. *Hipotesis*

Ha1: Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di hotel XYZ.

Ha2: Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di hotel XYZ.

Ha3: Terdapat pengaruh positif antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di hotel XYZ.

Ha4: Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di hotel XYZ

METODOLOGI

Objek penelitian ini adalah kualitas pelayanan sebagai variabel bebas, sedangkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan berperan sebagai variabel terikat. Penelitian ini dilakukan pada hotel yang beralamat di Jl. Raya Uluwatu Banjar Giri Dharma Ungasan yaitu XYZ, yang dilaksanakan mulai bulan Desember 2023 dan diharapkan akan selesai pada bulan Agustus 2024.

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil kuisioner yang disebar kepada responden tentang kualitas pelayanan *banquet*, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan serta hasil wawancara dengan departemen terkait. Sedangkan, data sekunder yang di digunakan yaitu data keluhan pelanggan di dapat dari hasil wawancara dengan *sales* dan *banquet* departemen.

Dalam penelitian ini, angket menjadi instrumen utama untuk mengumpulkan informasi. Mengacu pada Sugiyono (2019), angket merupakan metode pengumpulan data di mana responden diminta mengisi sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis yang telah disiapkan, lalu disebar melalui *Google Form*.

Penelitian ini melibatkan semua orang yang bertanggung jawab (PIC) dari perusahaan penyelenggara acara yang pernah mengadakan event di XYZ sejak tahun 2021 sampai 2023, totalnya ada 669 orang. Dari jumlah tersebut, sebanyak 87 orang bersedia menjadi responden dalam penelitian ini. Data yang terkumpul kemudian dianalisis melalui berbagai uji statistik, seperti uji keabsahan dan keandalan instrumen, serta analisis jalur, uji Sobel, dan uji VAF untuk menguji hipotesis penelitian.

HASIL PENELITIAN
Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Korelasi Item Total	Sig. (2-tailed)	Keterangan	
1	Kualitas pelayanan (X)	Tangibles	X1.1	0,898	0,000	Valid	
			X1.2	0,860	0,000	Valid	
		Reliability	X2.1	X2.1	0,862	0,000	Valid
				X2.2	0,849	0,000	Valid
			X3.1	X3.1	0,850	0,000	Valid
				X3.2	0,869	0,000	Valid
			X4.1	X4.1	0,890	0,000	Valid
				X4.2	0,910	0,000	Valid
	X5.1	X5.1	0,850	0,000	Valid		
		X5.2	0,868	0,000	Valid		
2	Kepuasan pelanggan (Z)	Kualitas Produk	Z1.1	0,929	0,000	Valid	
			Z1.2	0,915	0,000	Valid	
		Harga	Z2.1	Z2.1	0,946	0,000	Valid
				Z2.2	0,941	0,000	Valid
			Z3.1	Z3.1	0,901	0,000	Valid
				Z3.2	0,906	0,000	Valid
		Emosional	Z4.1	Z4.1	0,877	0,000	Valid
				Z4.2	0,905	0,000	Valid
			Z5.1	Z5.1	0,920	0,000	Valid
				Z5.2	0,919	0,000	Valid
3	Loyalitas pelanggan (Y)	Repeat Purchase	Y1	0,796	0,000	Valid	
			Y2	0,851	0,000	Valid	
			Y3	0,727	0,000	Valid	

Sumber: *Data primer diolah, 2024*

Hasil uji validitas diatas menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan dalam instrumen penelitian tersebut *valid*.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas pelayanan (X)	0,767	Reliabel
2	Kepuasan pelanggan (M)	0,754	Reliabel
3	Loyalitas pelanggan (Y)	0,704	Reliabel

Sumber: *Data primer diolah, 2024*

Hasil uji reliabilitas yang disajikan menunjukkan bahwa semua instrumen reliabel sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian

Uji Aumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i> Struktur 1	<i>Unstandardized Residual</i> Struktur 2
N	87	87
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	0,074	0,058
<i>Asymp.Sig.(2-tailed)</i>	0,200	0,200

Sumber: Hasil Olahan Data, 2024

Tabel 3 menunjukkan bahwa model persamaan regresi struktur 1 dan 2 tersebut berdistribusi normal karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari nilai *alpha* 0,05.

2. Uji Multikoleniaritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikoleniaritas

Persamaan Struktur	Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF
$M = p_1 X + e_1$	Kualitas pelayanan (X)	1,000	1,000
$Y = p_2 X + p_3 M + e_2$	Kualitas pelayanan (X)	0,473	2,113
	Kepuasan pelanggan (M)	0,473	2,113

Sumber: Hasil Olahan Data, 2024

Berdasarkan Tabel 4. menunjukkan nilai *tolerance* untuk setiap variabel lebih besar dari 10% dan nilai VIF lebih kecil dari 10 yang berarti model persamaan regresi bebas dari multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas Struktur 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.385	2.128		-.181	.857
Kualitas pelayanan	.075	.051	.159	1.482	.142

Sumber: Hasil Olahan Data, 2024

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas Struktur 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.344	.783		.440	.661
Kualitas pelayanan	.010	.027	.058	.369	.713
Kepuasan pelanggan	.007	.024	.049	.310	.757

Sumber: Hasil Olahan Data, 2024

Pada Tabel 5 dan tabel 6 dapat dilihat bahwa model yang dibuat tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Linieritas

Tabel 7. ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan pelanggan * Kualitas pelayanan	Between Groups	(Combined)	1341.072	18	74.504	5.490	.000
		Linearity	1192.347	1	1192.347	87.855	.000
		Deviation From Linearity	148.725	17	8.749	.645	.844
	Within Groups		922.882	68	13.572		
	Total		2263.954	86			

Sumber: Hasil Olahan Data, 2024

Tabel 8. ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas pelanggan * Kualitas pelayanan	Between Groups	(Combined)	161.197	18	8.955	4.730	.000
		Linearity	122.268	1	122.268	64.584	.000
		Deviation from Linearity	38.929	17	2.290	1.210	.281
	Within Groups		128.734	68	1.893		
	Total		289.931	86			

Sumber: Hasil Olahan Data, 2024

Tabel 9. ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas pelanggan * Kepuasan pelanggan	Between Groups	(Combined)	147.219	19	7.748	3.638	.000
		Linearity	121.969	1	121.969	57.262	.000
		Deviation from Linearity	25.250	18	1.403	.659	.838
	Within Groups		142.712	67	2.130		
	Total		289.931	86			

Sumber: Hasil Olahan Data, 2024

Berdasarkan hasil analisis semua variabel pada tabel 7, tabel 8, dan tabel 9 dalam pengujian mengindikasikan bahwa tidak ada hubungan yang linier secara signifikan sehingga memenuhi syarat linearitas.

Analisis Jalur (Path Analysis)

Tabel 10. Hasil Analisis Jalur 1

Model		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.484	3.465		1.583	0.117
	Kualitas pelayanan	0.804	0.083	0.726	9.725	0.000
R Square		0,527				
Adjusted R Square		0,521				
F Statistik Signifikansi uji F		94,577				
		0,000				

Sumber: Hasil Olahan Data, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif yang signifikan pada variabel kepuasan pelanggan, dimana sebesar 52,7% variasi kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variasi Kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 47,3% dijelaskan oleh faktor lain.

Tabel 11. Hasil Analisis Jalur 2

Model		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,781	1.316		0,593	0,555
	Kualitas pelayanan	0,150	0,045	0,378	3.327	0,001
	Kepuasan pelanggan	0,134	0,041	0,375	3.302	0,001
R Square		0,488				
Adjusted R Square		0,476				
F Statistik Signifikansi uji F		40,054				
		0,000				

Sumber: Hasil Olahan Data, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa baik kualitas pelayanan maupun kepuasan pelanggan memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap tingkat loyalitas pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa sekitar 48,8% dari variasi loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variasi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Sisanya, sebesar 51,2%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Sobel

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung maka nilai z dari koefisien ab dihitung dengan rumus sebagai berikut.

$$S_{ab} = \sqrt{(0,134)^2(0,083)^2 + (0,804)^2(0,041)^2}$$

$$S_{ab} = 0,03478971$$

Keterangan:

Sb1b3 = besarnya standar error tidak langsung

Sb1 = standar error koefisien b1

- Sb3 = standar *error* koefisien b3
b1 = jalur X terhadap M
b5 = jalur M terhadap Y
b1b5 = jalur X terhadap M (b1) dengan jalur M terhadap Y (b3)

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung maka menghitung nilai z dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut.

$$Z = \frac{ab}{S_{ab}}$$
$$Z = \frac{(0,804)(0,134)}{0,03478971}$$
$$Z = 3,0967$$

Berdasarkan hasil diatas, kepuasan pelanggan (Z) dapat memediasi pengaruh Kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Pengujian hipotesis mediasi dengan Metode VAF

$$\begin{aligned} \text{VAF} &= (0,804 \times 0,134) / (0,150 + 0,804 \times 0,134) \\ &= 0,1077 / 0,258 \\ &= 0,4174 \text{ atau } 41,74 \text{ persen} \end{aligned}$$

Karena nilai VAF (41,74 persen) berada di antara 20 persen hingga 80 persen, maka dapat dikategorikan sebagai pemediasi parsial (*partial mediation*). Dengan demikian, maka hipotesis yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh Kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan diterima.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Temuan penelitian ini mengkonfirmasi bahwa peningkatan kualitas pelayanan akan secara langsung meningkatkan kepuasan pelanggan di layanan banquet XYZ. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi t yang sangat kecil (0,000) dan koefisien regresi yang cukup tinggi (0,804), yang mengindikasikan hubungan yang kuat antara kedua variabel.

Variabel kepuasan pelanggan (Z) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada pelanggan *banquet service* XYZ. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai Sig. t sebesar 0,001 dengan nilai koefisien regresi yaitu 0,134.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa upaya meningkatkan loyalitas pelanggan tidak hanya berfokus pada peningkatan kualitas pelayanan secara langsung, tetapi juga harus memperhatikan kepuasan pelanggan sebagai faktor penengah. Hal ini didukung oleh hasil uji Sobel (Z hitung = 3,0967) dan uji VAF (41,74%), yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan antara kedua variabel tersebut.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi manajemen layanan banquet XYZ. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, perusahaan perlu menerapkan strategi yang terintegrasi, yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan secara terus-menerus dan sekaligus memastikan bahwa pelanggan merasa puas dengan layanan yang diterima. Dengan kata lain, upaya peningkatan kualitas pelayanan harus dibarengi dengan upaya untuk memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini terbatas pada satu hotel (Four Points by Sheraton Bali Ungasan), sampel yang terbatas, dan periode waktu singkat, sehingga hasilnya mungkin kurang mewakili tren jangka panjang. Selain itu, penelitian hanya mencakup variabel seperti kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan, tanpa mempertimbangkan faktor lain seperti harga dan fasilitas. Penelitian selanjutnya sebaiknya mencakup beberapa hotel, menambah variabel, dan menggunakan wawancara mendalam untuk hasil yang lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan terima kasih kepada keluarga, dosen pembimbing, Four Points By Sheraton Bali dan rekan-rekan yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta masukan berharga selama proses penyusunan penelitian ini. Terima kasih juga saya sampaikan kepada semua responden yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, N. W. W., & Wibawa, I. M. A. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan banquet service terhadap kepuasan pelanggan pada Kamaya Bali Wedding. *Jurnal Analisis Bisnis dan Kewirausahaan (JABK)*, 2(1), 1-10. <https://ipbijournal.com/index.php/JABK/article/view/35>
- Fauziah, N. (2012). *Pengaruh pelayanan banquet terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Ratu Mayang Garden Pekanbaru* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau). <https://repository.uin-suska.ac.id/1574/>
- Hariyani, N. K. A., & Putra, I. M. A. D. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pada Ratu Hotel (Ex. Queen Hotel) Denpasar dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 12(2), 123-131. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/BISMA-JM/article/view/24405>
- Nugroho, A., & Gunawan, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 17(2), 55-67. <https://ejournal.stei.ac.id/index.php/jam/article/view/330>
- Pradnyawathi, A. A. A., & Putra, I. M. A. D. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Hotel Grand Inna Kuta. *Bali Journal of Hospitality, Tourism and Culture Research*, 1(1), 1-10. <https://ojs.baliacademicpublishing.com/index.php/balijournalhtcr/article/view/19>
- Ramadhani, F. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam menggunakan jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 42-50. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/view/856>
- Rizqi, M. H. (2023). Pengaruh kualitas makanan dan pelayanan terhadap kepuasan tamu banquet Awan Sewu Hotel. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 4(1), 15-24. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMPP/article/view/45299>
- Sari, N. M., & Wibowo, A. (2014). Pengaruh kualitas pelayanan, nilai pelanggan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Hotel Siliwangi

Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(2), 123-134.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/5174>

Suryani, N. M., & Wijaya, I. M. A. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan butler service dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Hotel St. Regis Bali Resort di Nusa Dua, Bali. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 11(2), 89-98.
<https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/pariwisata/article/view/14>