

Dampak Pelayanan Sistem Check in 24 Jam dalam Meningkatkan Loyalitas Tamu di Janevalla Bandung

Moch Firman Dwi Vania^{1*}, Deden Firman Syuyaman Rukma², Ghaida Farisya³

¹⁻³Universitas Garut, Indonesia

Alamat: JL. Raya Samarang No.52A, Mekarwangi, kec. Tarogong Kaler, Kabupaten Garut Jawa Barat 44151

*Korespondensi penulis: 24024122008@fekon.uniga.ac.id

Abstract. *The growing competition in the hospitality industry has prompted hotels to innovate their service systems; one of which is the implementation of a 24-hour check-in policy. This study examines the impact of such a service system on guest loyalty at Janevalla Hotel Bandung. A descriptive qualitative approach was employed; with data gathered through semi-structured in-depth interviews; non-participant observation; and document analysis. Informants were selected purposively and consisted of the duty manager; a front office staff member; and one loyal guest. Data analysis followed the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña; with credibility ensured through source triangulation and member checking. The findings indicate that the 24-hour check-in system provides time flexibility perceived by guests as added value compared to conventional hotels. Guest loyalty emerged through a combination of service flexibility; quality of staff interaction, and positive overall stay experience; manifested in repeat visit behavior and willingness to recommend the hotel to others. Viewed through the SERVQUAL framework; the service practices reflect dimensions of responsiveness, empathy; and assurance. This study affirms that customer-centered service innovation contributes meaningfully to strengthening guest loyalty within the context of urban lifestyle hotels in Indonesia.*

Keywords: 24-Hour Check-In, Guest Loyalty, Service Quality, Hotel, SERVQUAL

Abstrak. Industri perhotelan yang semakin kompetitif mendorong hotel untuk berinovasi dalam sistem pelayanan; salah satunya melalui penerapan *check-in* 24 jam. Penelitian ini bertujuan mengkaji dampak pelayanan sistem *check-in* 24 jam terhadap pembentukan loyalitas tamu di hotel Janevalla Bandung. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam semi-terstruktur; observasi non-partisipan; dan studi dokumentasi. Informan dipilih secara *purposive* dan terdiri atas *duty manager/supervisor*; *staf front office*; serta satu tamu loyal hotel. Analisis data mengikuti model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña; dengan keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber dan *member checking*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem *check-in* 24 jam memberikan fleksibilitas waktu menginap yang dirasakan tamu sebagai nilai tambah dibandingkan hotel konvensional. Loyalitas tamu terbentuk melalui kombinasi fleksibilitas pelayanan; kualitas interaksi staf; dan pengalaman menginap yang positif; yang tercermin dalam perilaku kunjungan ulang dan rekomendasi kepada orang lain. Ditinjau dari dimensi SERVQUAL; pelayanan yang diterapkan mencakup aspek *responsiveness*; *empathy*; dan *assurance*. Penelitian ini menegaskan bahwa inovasi layanan berbasis kebutuhan pelanggan berkontribusi nyata terhadap penguatan loyalitas tamu dalam konteks hotel *urban lifestyle* di Indonesia.

Kata Kunci: Check-In 24 Jam, Loyalitas Tamu, Kualitas Pelayanan, Hotel, SERVQUAL

1. LATAR BELAKANG

Industri perhotelan merupakan bidang usaha jasa yang sangat menitikberatkan pada kualitas pelayanan sebagai faktor utama dalam membentuk pengalaman dan kepuasan tamu (Anderson, 2025). Dalam konteks persaingan industri *hospitality* yang semakin ketat, hotel tidak hanya dituntut untuk menyediakan fasilitas fisik yang memadai, tetapi juga harus mampu memberikan pelayanan yang adaptif, responsif, serta berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan harapan tamu (Hidayat et al., 2025). Perubahan perilaku

konsumen pasca pandemi, perkembangan teknologi digital, serta meningkatnya mobilitas wisatawan telah mendorong transformasi pelayanan hotel menuju sistem pelayanan yang lebih personal, fleksibel, dan mampu menyesuaikan dengan waktu kedatangan tamu. Salah satu inovasi pelayanan yang berkembang dalam industri perhotelan adalah penerapan sistem *check in* 24 jam (Res, 2021).



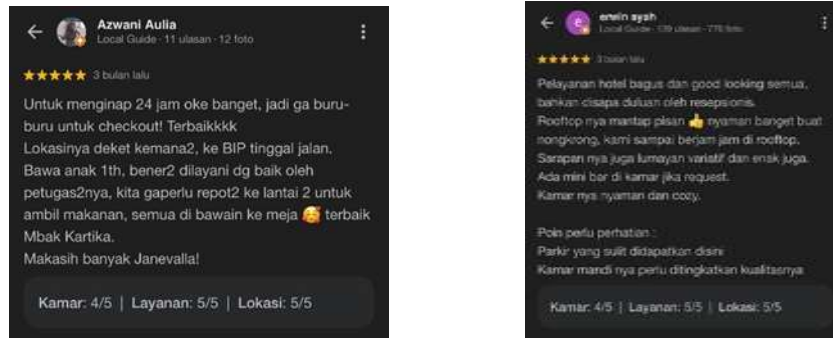
Gambar 1. Grafik TPK Kota Bandung

Sumber : Badan Pusat Statistik (2025)

Sistem *check in* 24 jam merupakan bentuk inovasi pelayanan yang memberikan keleluasaan kepada tamu untuk tanpa terikat pada ketentuan jam *check in* konvensional yang umumnya diberlakukan pada pukul 14.00 (Agustini et al., 2022). Dalam penerapannya, sistem tersebut tidak hanya berhubungan dengan aspek operasional hotel, tetapi juga mencakup pengalaman pelayanan, persepsi kenyamanan, efisiensi waktu, serta tingkat kepuasan tamu dalam menggunakan layanan hotel (Abdullah et al., 2025). Fleksibilitas pelayanan menjadi aspek penting dalam industri *hospitality* modern seiring dengan pola perjalanan wisatawan yang semakin dinamis seperti, kedatangan pada malam hari, perjalanan bisnis dengan jadwal yang berubah-ubah, serta kebutuhan transit dalam waktu singkat (Ilieva, 2025).

Secara konseptual, Kualitas pelayanan dalam industri perhotelan memiliki keterkaitan yang kuat dengan kemampuan penyedia jasa dalam memahami serta memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan (Widyaningsih, 2025). Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, (1988) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh tingkat kesesuaian antara harapan pelanggan dan pengalaman yang diperoleh dari layanan yang diterima (Ayustini, 2025). Dalam konteks Janevalla hotel, sistem *Check in* 24 jam menunjukkan bahwa pelayanan yang responsif dan fleksibel merupakan indikator penting dalam menciptakan pengalaman tamu yang positif. Pengalaman tersebut kemudian berpengaruh terhadap terbentuknya loyalitas tamu, baik melalui keinginan untuk kembali

menginap maupun kesediaan untuk merekomendasikan hotel kepada pihak lain (Dwiyono, 2025). Hal ini dapat terlihat pada ulasan *google review* sebagai berikut.



Gambar 2 & 3. Ulasan Pelanggan terkait Pelayanan dan Sistem *Check in* 24 jam

Sumber : Google Review

Berdasarkan hasil perhitungan tingkat penghunian kamar (TPK) hotel bintang di Kota Bandung tahun 2025, diketahui bahwa rata-rata tingkat hunian hotel selama periode Januari - Desember mencapai 53,51% dengan pola pergerakan yang cenderung fluktuatif pada awal tahun, namun mengalami peningkatan secara bertahap hingga akhir tahun. Penurunan paling signifikan terjadi pada bulan Maret sebesar 33,07%, kemudian kembali meningkat hingga mencapai puncaknya pada bulan Desember sebesar 69,64% (Statistik & Bandung, 2025) Menurut (Afriyanto, 2024) menyatakan bahwa tren staycation dan workcation peningkatan kebutuhan wisata perkotaan mampu mendorong kenaikan tingkat hunian hotel serta memperkuat loyalitas tamu melalui peningkatan kualitas pelayanan dan pengalaman menginap yang lebih fleksibel.

Klasifikasi Hotel Bintang	2025										
	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November
Hotel Bintang 1	48,50	60,62	27,81	47,01	40,84	46,75	44,59	44,14	35,12	39,30	42,10
Hotel Bintang 2	53,34	48,47	32,64	52,85	57,76	52,19	51,53	50,99	48,53	54,70	57,12
Hotel Bintang 3	55,24	52,85	33,42	53,09	54,56	54,37	58,02	54,14	52,73	57,56	59,68
Hotel Bintang 4	59,24	57,17	33,43	58,10	61,34	61,71	65,87	60,09	59,36	66,24	70,44
Hotel Bintang 5	62,39	55,68	32,00	54,66	51,33	53,50	64,37	58,81	52,50	60,12	65,70
Total Hotel Bintang	57,43	54,38	33,07	55,26	56,91	56,57	60,65	56,38	54,35	60,48	63,84

Gambar 4. Tingkat Hunian Kamar Hotel Kota Bandung 3 periode terakhir

Tabel 1. Tingkat hunian rata-rata

Tahun	Tingkat hunian rata rata (%)
2023	58,26%
2024	58,49%
2025	53,51%

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2025)

Selain itu, perkembangan industri perhotelan di kota wisata seperti Bandung menunjukkan tingkat persaingan yang semakin tinggi, khususnya pada hotel yang menargetkan wisatawan urban dan generasi muda. Kondisi tersebut dapat didengar pada pernyataan dari Aufar Pradana selaku Asst Marcom Manager Janevalla Bandung dalam sebuah podcast di *platform* Radio Republik Indonesia. Sebagai data historis yang menjadi salah satu penentu arah kebijakan penelitian ini, pernyataan berikut disampaikan oleh Aufar Pradana selaku *Assistant Marketing Communication Manager* Janevalla Bandung dalam sebuah podcast di platform Radio Republik Indonesia pada Desember 2024. Pernyataan tersebut relevan dikutip karena mencerminkan kondisi awal operasional hotel yang menjadi latar belakang fenomena yang diteliti, sekaligus menunjukkan bahwa keberhasilan konsep *24-hour stay* Janevalla Bandung telah teridentifikasi sebelum penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2026.

"Hingga akhir tahun, okupansi hotel kami mencapai 80% lebih, malahan nyaris setiap hari full dengan kapasitas 100 lebih kamar," "Sementara, kalau untuk wisatawannya sendiri mostly itu dari luar Bandung, banyaknya sih didominasi sama Jabodetabek, terutama Jakarta. Selain itu, tidak sedikit pengunjung yang datang karena ingin nyobain suasana baru dengan konsep hotel yang beda daripada hotel-hotel pada umumnya. ujar Aufar, Rabu (25/12/2024)."

Dengan adanya persaingan dengan hotel lain juga data dari BPS, sistem *check -in 24* tersebut dilakukan oleh Janevalla Bandung dengan mengusung konsep *urban lifestyle hotel*. Hotel ini menyesuaikan pelayanan dengan kebutuhan wisatawan modern. Penerapan sistem check in 24 jam di hotel tersebut menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti karena menunjukkan adanya perubahan orientasi pelayanan dari sistem yang bersifat konvensional menuju pelayanan yang lebih fleksibel dan berfokus pada pengalaman tamu (Tjahjaningsih et al., 2023) Namun demikian, Penerapan pelayanan tersebut juga berpotensi menimbulkan berbagai dinamika, baik dalam aspek operasional hotel maupun dalam persepsi tamu terhadap kualitas layanan yang mereka terima(Lu et al., 2025).

Penelitian terdahulu mengenai loyalitas pelanggan hotel pada umumnya lebih berfokus pada hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas dengan menggunakan pendekatan kualitatif (Singh et al., 2023). Sebagian besar penelitian mengukur loyalitas berdasarkan indikator perilaku konsumen seperti *repeat purchase*, *customer satisfaction*, atau *service quality* (Anderson, 2025). Pendekatan tersebut cenderung menempatkan tamu sebagai objek pengukuran, sehingga belum mampu menjelaskan secara mendalam bagaimana tamu memaknai pengalaman pelayanan yang fleksibel dalam konteks penggunaan sistem *check in* 24 jam.

Selain itu, penelitian mengenai sistem *check in* hotel pada umumnya lebih banyak membahas aspek teknologi, digitalisasi layanan, dan efisiensi operasional (Naldi et al., 2022). Kajian yang secara khusus mengeksplorasi pengalaman tamu terhadap pelayanan *check in* 24 jam serta keterkaitannya dengan pembentukan loyalitas masih relatif terbatas, khususnya dalam konteks hotel urban di Indonesia. Padahal, loyalitas tamu dalam penelitian kualitatif tidak hanya dipahami sebagai keputusan untuk kembali menggunakan layanan, tetapi juga berkaitan dengan rasa nyaman, kepercayaan, persepsi penghargaan, dan pengalaman emosional selama berinteraksi dengan pelayanan hotel.

Keterbatasan penelitian sebelumnya menunjukkan adanya konsep dan data penelitian yang perlu dikaji lebih mendalam. Belum banyak penelitian yang mengeksplorasi bagaimana sistem *check in* 24 jam dimaknai oleh tamu sebagai bagian dari pengalaman pelayanan hotel. Penelitian ini membahas bagaimana proses pelayanan tersebut membentuk persepsi terhadap kualitas layanan sistem *check in* 24 di hotel Janevalla Bandung? Bagaimana pengalaman tersebut dapat berkontribusi untuk membentuk loyalitas tamu? Penelitian ini diharapkan mampu menggali pengalaman, persepsi, dan makna pelayanan dari sudut pandang tamu maupun pihak hotel melalui pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam. Dengan demikian, penelitian ini berupaya memperdalam pemahaman mengenai dampak pelayanan sistem *check in* 24 jam dalam meningkatkan loyalitas tamu pada Janevalla Bandung melalui pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian ini diarahkan untuk memahami pengalaman pelayanan secara kontekstual, menggali proses terbentuknya loyalitas tamu, serta menginterpretasikan makna fleksibilitas pelayanan dalam *industri hospitality modern*.

2. KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan konsep yang merujuk pada penilaian menyeluruh pelanggan terhadap tingkat keunggulan suatu layanan berdasarkan perbandingan antara harapan sebelum menggunakan jasa dan pengalaman yang sesungguhnya diperoleh setelah berinteraksi dengan penyedia layanan (Widyaningsih, 2025). Dalam konteks industri perhotelan, kualitas pelayanan tidak dapat dipahami secara tunggal sebagai aspek teknis operasional semata, melainkan mencakup pula dimensi relasional yang terbentuk melalui setiap titik pertemuan antara tamu dan staf hotel (Anderson, 2025). Kajian yang dilakukan oleh Hidayat et al. (2025) menegaskan bahwa dalam lingkungan persaingan hotel yang semakin ketat, kemampuan hotel untuk secara konsisten memenuhi harapan tamu pada setiap aspek layanan menjadi penentu utama dalam membentuk citra layanan yang positif dan berkelanjutan. Kualitas pelayanan yang tinggi tidak hanya berkontribusi pada kepuasan tamu secara langsung, tetapi juga membentuk persepsi nilai yang pada akhirnya mendorong tamu untuk memilih kembali hotel yang sama dalam kunjungan berikutnya (Meldrit et al., 2024).

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) mengembangkan model SERVQUAL sebagai kerangka konseptual dalam mengukur kualitas layanan melalui lima dimensi utama yang saling melengkapi. Dimensi pertama adalah tangibles, yang berkaitan dengan tampilan fisik fasilitas, peralatan, dan penampilan staf yang dapat diobservasi secara langsung oleh tamu (Ayustini, 2025). Dimensi kedua adalah reliability, yaitu kemampuan penyedia jasa untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan konsisten tanpa kekeliruan. Dimensi ketiga adalah responsiveness, yakni kesediaan dan kesiapan staf untuk membantu serta merespons setiap kebutuhan tamu secara cepat dan tepat (Lu et al., 2025). Dimensi keempat adalah assurance, yang meliputi pengetahuan, kesopanan, dan kapasitas staf dalam membangun kepercayaan tamu terhadap layanan yang diterima. Dimensi kelima adalah empathy, yaitu perhatian yang bersifat individual dan tulus yang diberikan oleh hotel kepada setiap tamu (Singh et al., 2023). Kelima dimensi ini secara kolektif membentuk kerangka evaluasi yang memungkinkan analisis menyeluruh terhadap gap antara harapan dan persepsi aktual tamu atas kualitas layanan hotel.

Dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif, kajian kualitas pelayanan diarahkan pada pemahaman mendalam tentang bagaimana tamu memaknai dan menghayati setiap dimensi layanan yang mereka terima, bukan sekadar mengukur selisih statistik antara harapan dan kenyataan (Anderson, 2025). Penelitian kualitatif mengenai

kualitas pelayanan hotel membuka ruang bagi eksplorasi terhadap pengalaman yang bersifat subjektif, seperti perasaan dihargai, rasa nyaman secara psikologis, dan persepsi atas perhatian personal dari staf hotel (Ayustini, 2025). Temuan dari kajian-kajian terdahulu menunjukkan bahwa dimensi responsiveness dan empathy, dua di antara lima dimensi SERVQUAL, memiliki peran paling kuat dalam membentuk kepuasan dan kepercayaan tamu pada hotel-hotel yang menasar segmen wisatawan urban (Widyaningsih, 2025). Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam terhadap kualitas pelayanan dari perspektif pengalaman tamu menjadi landasan teoretis yang relevan dalam mengkaji dampak sistem check-in 24 jam terhadap loyalitas tamu di Hotel Janevalla Bandung (Lu et al., 2025).

Sistem Check in 24 jam

Sistem check-in 24 jam merupakan kebijakan pelayanan hotel yang memberikan hak penggunaan kamar kepada tamu selama dua puluh empat jam penuh, dihitung sejak waktu tamu pertama kali melakukan proses check-in, tanpa terikat pada ketentuan batas waktu check-out konvensional yang umumnya diberlakukan pada jam tertentu (Res, 2021). Kebijakan ini berkembang sebagai respons terhadap perubahan perilaku wisatawan modern yang memiliki pola perjalanan semakin dinamis, mulai dari kedatangan di luar jam normal, perjalanan bisnis dengan jadwal yang tidak teratur, hingga kebutuhan transit singkat yang tidak dapat diakomodasi oleh sistem check-in konvensional (Ilieva, 2025). Dalam konteks industri perhotelan urban, sistem check-in 24 jam dipahami bukan sekadar sebagai kemudahan teknis, melainkan sebagai bentuk pengakuan hotel terhadap otonomi tamu dalam mengatur waktu dan ritme perjalanan mereka (Abdullah et al., 2025). Naldi et al. (2022) mencatat bahwa jenis inovasi semacam ini, yang berpusat pada fleksibilitas proses dan pengalaman pelanggan, menjadi salah satu arah utama pengembangan layanan hotel dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif.

Secara operasional, penerapan sistem check-in 24 jam menuntut adanya koordinasi yang lebih kompleks dibandingkan sistem check-in konvensional, terutama dalam hal pengelolaan ketersediaan kamar dan penjadwalan layanan kebersihan (housekeeping). Ketika tingkat hunian hotel tinggi, kemungkinan terjadinya tumpang tindih antara waktu penggunaan kamar oleh tamu lama dan kebutuhan tamu baru menjadi tantangan operasional yang harus dikelola secara cermat (Agustini et al., 2022). Respons hotel terhadap tantangan ini mencerminkan kapasitas manajemen dalam menjaga konsistensi kualitas layanan di tengah keterbatasan sumber daya (Anderson, 2025). Dari perspektif

tamu, keterbukaan hotel dalam mengkomunikasikan kondisi tersebut dan menyediakan alternatif pelayanan, seperti ruang tunggu yang nyaman dan minuman sambutan, justru menjadi indikator tambahan dari empathy dan assurance sebagaimana dirumuskan dalam model SERVQUAL (Ayustini, 2025). Proses komunikasi yang transparan selama interaksi check-in terbukti menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan awal tamu terhadap keseluruhan layanan hotel (Arya et al., 2025).

Kajian mengenai sistem check-in hotel dalam literatur hospitality sebelumnya cenderung menitikberatkan pada aspek digitalisasi dan efisiensi operasional, seperti penggunaan kiosk mandiri atau aplikasi mobile untuk mempercepat proses registrasi tamu (Naldi et al., 2022). Namun, pembahasan yang lebih spesifik mengenai dampak kebijakan durasi menginap terhadap pengalaman dan loyalitas tamu masih relatif terbatas, terutama dalam konteks hotel-hotel berukuran menengah yang beroperasi di kota-kota wisata Indonesia (Tjahjaningsih et al., 2023). Sistem check-in 24 jam sebagaimana diterapkan di Hotel Janevalla Bandung menempatkan fleksibilitas waktu sebagai inti proposisi nilai yang ditawarkan kepada tamu, berbeda dengan pendekatan hotel konvensional yang mengandalkan fasilitas fisik sebagai keunggulan utama (Afriyanto, 2024). Pemahaman terhadap sistem ini secara konseptual, termasuk implikasinya terhadap persepsi kualitas layanan dan pembentukan loyalitas tamu, menjadi landasan penting bagi penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali makna di balik pengalaman tamu secara lebih mendalam (Lu et al., 2025).

Loyalitas Tamu

Oliver (1999) mendefinisikan loyalitas sebagai komitmen yang tertanam secara mendalam pada diri pelanggan untuk menggunakan kembali suatu produk atau layanan secara konsisten di masa mendatang, meskipun terdapat tekanan situasional maupun upaya persuasif dari pesaing yang berpotensi mengalihkan pilihan tersebut. Dalam kerangka konseptualnya, Oliver (1999) menguraikan loyalitas melalui empat tahapan yang berlangsung secara berurutan: loyalitas kognitif, yang terbentuk berdasarkan penilaian rasional tamu terhadap kelebihan layanan dibandingkan alternatif yang tersedia; loyalitas afektif, yang berkembang melalui akumulasi pengalaman positif dan membentuk perasaan menyukai atau terikat pada suatu penyedia jasa; loyalitas konatif, yaitu niat yang kuat untuk terus menggunakan layanan yang sama; serta loyalitas tindakan, yang merupakan wujud nyata dari komitmen tersebut dalam bentuk perilaku kunjungan ulang yang konsisten (Singh et al., 2023). Kerangka ini memberikan pemahaman yang lebih kaya

dibandingkan pendekatan yang hanya mengukur frekuensi kunjungan sebagai satu-satunya indikator loyalitas.

Dalam konteks industri perhotelan, loyalitas tamu tidak berdiri sendiri sebagai variabel yang terbentuk secara mendadak, melainkan merupakan hasil dari proses bertahap yang melibatkan akumulasi pengalaman layanan yang bermakna bagi tamu (Meldrit et al., 2024). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa tamu yang merasakan kepuasan secara konsisten selama menginap cenderung mengembangkan ikatan emosional terhadap hotel, dan ikatan inilah yang menjadi akar dari perilaku loyal berupa kunjungan ulang (repeat stay) maupun rekomendasi kepada orang lain (word of mouth) (Tjahjaningsih et al., 2023). Rekomendasi dari tamu yang loyal memiliki daya pengaruh yang sangat tinggi dalam industri jasa karena informasi tersebut dipandang lebih terpercaya dibandingkan komunikasi pemasaran formal dari pihak hotel (Anderson, 2025). Dalam lingkup penelitian kualitatif, loyalitas tamu tidak hanya ditangkap melalui indikator perilaku, tetapi juga melalui tuturan tamu mengenai alasan, makna, dan konteks di balik pilihan mereka untuk kembali menggunakan layanan hotel yang sama (Dwiyono, 2025).

Kajian Singh et al. (2023) melalui tinjauan literatur yang menyeluruh menegaskan bahwa hubungan antara kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan bersifat saling mengait dan tidak dapat dipisahkan secara konseptual, di mana kualitas layanan menjadi acuan utama yang membentuk kepuasan, dan kepuasan pada gilirannya menjadi jembatan bagi terbentuknya loyalitas. Lebih jauh, penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif memberikan pemahaman bahwa loyalitas tamu dalam konteks perhotelan tidak semata-mata bersifat transaksional, melainkan turut ditentukan oleh dimensi relasional seperti kepercayaan, rasa dihargai, dan pengalaman emosional yang melekat selama berinteraksi dengan layanan hotel (Arya et al., 2025; Meldrit et al., 2024). Pembentukan loyalitas yang bersifat relasional ini cenderung lebih tahan terhadap upaya-upaya pesaing untuk menarik tamu beralih ke hotel lain, karena loyalitas jenis ini tidak hanya didasarkan pada pertimbangan harga atau fasilitas, tetapi juga pada nilai-nilai pengalaman yang sulit untuk diduplikasi oleh hotel lain (Afriyanto, 2024). Dalam konteks penelitian ini, pemahaman terhadap loyalitas tamu dari perspektif Oliver (1999) sekaligus dari perspektif pengalaman relasional menjadi pijakan teoretis yang kuat untuk menganalisis dampak sistem check-in 24 jam secara mendalam.

Hubungan Pelayanan Sistem Check-in 24 Jam dengan Loyalitas Tamu

Sistem check-in 24 jam sebagai bentuk inovasi layanan berbasis fleksibilitas memiliki keterkaitan konseptual yang erat dengan pembentukan loyalitas tamu melalui mekanisme peningkatan persepsi nilai layanan. Ketika tamu memperoleh keleluasaan penuh dalam mengatur waktu menginap sesuai kebutuhan aktual perjalanan mereka, persepsi mereka terhadap manfaat yang diterima dari layanan hotel meningkat secara signifikan dibandingkan dengan hotel yang memberlakukan batas waktu check-out kaku (Abdullah et al., 2025). Peningkatan persepsi nilai ini merupakan kondisi awal yang diperlukan bagi terbentuknya kepuasan tamu, dan kepuasan yang terbentuk secara konsisten pada setiap kunjungan menjadi pondasi bagi berkembangnya loyalitas afektif sebagaimana dijabarkan dalam kerangka Oliver (1999). Sejalan dengan dimensi responsiveness dalam model SERVQUAL, sistem check-in 24 jam mencerminkan kesiapan hotel untuk merespons keberagaman kebutuhan tamu secara proaktif, yang tidak hanya meningkatkan kepuasan tetapi juga mengirimkan sinyal kepada tamu bahwa hotel menempatkan kebutuhan mereka sebagai prioritas layanan (Ayustini, 2025; Widyaningsih, 2025).

Hubungan antara sistem check-in 24 jam dan loyalitas tamu tidak bersifat langsung dan tunggal, melainkan dimediasi oleh kualitas interaksi pelayanan yang menyertai penerapan kebijakan tersebut. Staf hotel, khususnya petugas front office, memegang peran yang sangat krusial sebagai penghubung antara kebijakan pelayanan dan pengalaman yang dirasakan tamu (Arya et al., 2025). Ketika staf mampu menjelaskan mekanisme sistem check-in 24 jam secara jelas, ramah, dan meyakinkan, dimensi assurance dalam SERVQUAL terpenuhi sehingga tamu tidak hanya merasa nyaman secara fisik tetapi juga merasa aman secara informasional (Hidayat et al., 2025). Proses interaksi yang positif pada tahap awal ini membentuk kesan yang melekat dan mendalam bagi tamu, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas afektif menuju loyalitas konatif yakni niat yang kuat untuk kembali menginap di hotel yang sama (Singh et al., 2023; Meldrit et al., 2024). Dengan demikian, kualitas interaksi pelayanan berfungsi sebagai penguat yang mengubah potensi loyalitas yang muncul dari kebijakan sistem menjadi loyalitas yang benar-benar terwujud dalam perilaku nyata tamu.

Dari sudut pandang teoretis yang lebih luas, hubungan antara inovasi layanan berbasis fleksibilitas dan loyalitas tamu mencerminkan pergeseran paradigma dalam industri perhotelan dari pendekatan yang berorientasi produk menuju pendekatan yang

berpusat pada pengalaman pelanggan secara menyeluruh (Tjahjaningsih et al., 2023). Tamu yang merasakan bahwa suatu hotel secara konsisten hadir untuk memenuhi kebutuhan mereka, baik melalui fleksibilitas sistem maupun melalui kehangatan interaksi staf, akan mengembangkan keterikatan yang melampaui sekadar transaksi jasa (Afriyanto, 2024). Keterikatan inilah yang dalam kerangka Oliver (1999) dipahami sebagai loyalitas tindakan, yaitu bentuk loyalitas paling kuat yang mendorong tamu tidak hanya untuk kembali, tetapi juga untuk secara aktif merekomendasikan hotel kepada orang lain sebagai bagian dari pengalaman menginap yang mereka anggap bernilai dan layak untuk dibagikan (Anderson, 2025). Dengan demikian, sistem check-in 24 jam di Hotel Janevalla Bandung dapat dipahami sebagai simpul strategis yang menghubungkan inovasi pelayanan dengan pembentukan loyalitas tamu melalui rantai pengalaman yang dimulai dari pemenuhan kebutuhan praktis hingga terciptanya ikatan emosional antara tamu dan hotel (Lu et al., 2025).

3. METODE PENELITIAN

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik, yaitu wawancara semi-terstruktur, observasi lapangan, dan studi dokumentasi. Wawancara dilakukan secara langsung maupun daring melalui *video call* karena keterbatasan pertemuan tatap muka pada sebagian informan. Pedoman wawancara disusun berdasarkan indikator-indikator yang merujuk pada teori kualitas pelayanan hotel dan loyalitas tamu, mencakup: (1) strategi layanan yang dirancang untuk menarik dan mempertahankan tamu, (2) konsep *24 Hour Stay* sebagai keunggulan kompetitif hotel, (3) target pasar yang disasar, serta (4) harapan dan tantangan yang dihadapi dalam implementasi layanan. Pedoman ini mengacu pada indikator loyalitas tamu dari (Oliver, 1999) yang meliputi niat kembali menginap (*repeat stay*), kesediaan merekomendasikan (*word of mouth*), dan keterikatan emosional tamu terhadap hotel, serta dimensi fleksibilitas layanan yang dikaji oleh (Ayustini, 2025) dengan berlandaskan teori (Parasuraman et al., 1988) dalam konteks inovasi layanan hospitality dan kualitas pelayanan SERVQUAL. Observasi dilakukan secara non-partisipan terhadap alur pelayanan *check in* di Janevalla Bandung, sementara dokumentasi digunakan untuk memperkuat data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi.

Analisis data mengikuti tahapan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña, yang terdiri dari kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (Asipi et al., 2022). Pada tahap kondensasi, data hasil wawancara ditranskripsikan kemudian dipilah berdasarkan relevansinya terhadap fokus penelitian. Selanjutnya data

disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang disusun secara tematik, dan kesimpulan ditarik secara induktif berdasarkan pola yang ditemukan. Keabsahan data dijamin melalui teknik triangulasi, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi secara silang, serta *member checking* kepada informan guna memastikan kesesuaian antara interpretasi peneliti dan pengalaman nyata yang disampaikan. Penelitian ini dilaksanakan di Janevalla Bandung, Jalan Aceh No. 65, Kota Bandung, selama periode April hingga Juni 2026.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Hotel Janevalla Bandung dengan fokus pada implementasi pelayanan sistem check-in 24 jam serta dampaknya terhadap loyalitas tamu. Informan penelitian terdiri atas Duty Manager, staf Front Office, dan tamu loyal yang telah beberapa kali menggunakan layanan hotel. Ketiga informan dipilih karena mewakili sudut pandang manajemen, pelaksana layanan, dan pengguna layanan secara langsung. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, ditemukan bahwa sistem check-in 24 jam merupakan salah satu bentuk inovasi pelayanan yang dirancang untuk memberikan fleksibilitas waktu menginap kepada tamu sesuai dengan waktu kedatangannya.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sistem check-in 24 jam diterapkan dengan prinsip durasi menginap penuh selama dua puluh empat jam yang dihitung sejak tamu melakukan proses check-in. Berbeda dengan sistem konvensional yang umumnya menerapkan batas check-out pada pukul tertentu, konsep yang diterapkan Janevalla Bandung memungkinkan tamu memperoleh hak penggunaan kamar selama dua puluh empat jam penuh. Menurut pihak manajemen, kebijakan tersebut dirancang sebagai bentuk penyesuaian terhadap perubahan pola perjalanan wisatawan dan pelaku perjalanan bisnis yang memiliki waktu kedatangan yang beragam. Temuan ini menunjukkan bahwa hotel berupaya menyesuaikan pelayanan dengan kebutuhan aktual tamu sehingga dapat menciptakan pengalaman menginap yang lebih fleksibel dan bernilai.

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan tiga informan yang terdiri atas Duty Manager, staf Front Office, dan tamu loyal Hotel Janevalla Bandung, ditemukan sejumlah tema yang berkaitan dengan implementasi pelayanan sistem check-in 24 jam dan dampaknya terhadap loyalitas tamu. Hasil wawancara kemudian direduksi, dikategorikan, dan dikelompokkan berdasarkan kesamaan makna sehingga menghasilkan beberapa tema utama yang relevan dengan fokus penelitian. Tema-tema tersebut mencerminkan

bagaimana sistem check-in 24 jam dijalankan dalam operasional hotel, pengalaman yang dirasakan tamu selama menggunakan layanan, serta kontribusinya terhadap pembentukan loyalitas.

Tabel 2. Topik Pertanyaan dan Ringkasan Temuan Penelitian

Tema	Pertanyaan	Ringkasan Temuan
Strategi Pelayanan Hotel	Apa strategi pelayanan yang diterapkan Janevalla Bandung untuk menarik dan mempertahankan tamu?	Janevalla Bandung menerapkan konsep pelayanan yang mengutamakan pengalaman tamu melalui sistem check-in 24 jam, pelayanan personal, serta pendekatan yang lebih fleksibel dibandingkan hotel konvensional.
Implementasi Sistem Check-In 24 Jam	Bagaimana proses pelaksanaan sistem check-in 24 jam di Janevalla Bandung?	Sistem check-in 24 jam memberikan hak penggunaan kamar selama 24 jam penuh sejak waktu kedatangan tamu. Implementasinya melibatkan koordinasi antara Front Office dan Housekeeping untuk memastikan kesiapan kamar serta kelancaran operasional hotel.
Manfaat Sistem Check-In 24 Jam	Apa manfaat yang dirasakan tamu dari penerapan sistem check-in 24 jam?	Tamu memperoleh fleksibilitas waktu menginap, kenyamanan yang lebih tinggi, serta merasa mendapatkan nilai lebih dibandingkan sistem check-in konvensional yang memiliki batas waktu check-out tetap.
Pengalaman Pelayanan Tamu	Bagaimana pengalaman tamu selama menggunakan layanan check-in 24 jam?	Tamu merasakan pelayanan yang ramah, responsif, dan personal. Selain memperoleh fleksibilitas waktu, tamu juga merasa dihargai karena staf hotel mampu membangun komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan tamu.
Tantangan Operasional	Apa tantangan yang dihadapi hotel dalam menerapkan sistem check-in 24 jam?	Tantangan utama berkaitan dengan ketersediaan kamar pada tingkat hunian tinggi. Untuk mengatasinya, hotel melakukan koordinasi intensif antarbagian, memberikan informasi secara transparan kepada tamu, serta menyediakan alternatif pelayanan ketika kamar belum siap digunakan.
Repeat Stay (Kunjungan Ulang)	Apakah sistem check-in 24 jam memengaruhi keinginan tamu untuk kembali menginap?	Sistem check-in 24 jam menjadi salah satu alasan utama tamu melakukan kunjungan ulang karena memberikan kenyamanan dan fleksibilitas yang tidak selalu ditemukan di hotel lain.
Word of Mouth	Apakah tamu bersedia merekomendasikan Janevalla Bandung kepada orang lain?	Tamu menunjukkan kecenderungan untuk merekomendasikan hotel kepada keluarga, teman, maupun rekan kerja karena keunikan sistem check-in 24 jam dan kualitas pelayanan yang diterima selama menginap.
Loyalitas Tamu	Bagaimana hubungan sistem check-in 24 jam dengan loyalitas tamu?	Loyalitas terbentuk melalui kombinasi fleksibilitas pelayanan, pengalaman menginap yang positif, kualitas interaksi staf, serta kepuasan yang dirasakan tamu selama menggunakan layanan hotel.

Berdasarkan hasil reduksi data, proses pelayanan check-in 24 jam tidak hanya berfokus pada pemberian akses kamar kepada tamu, tetapi juga melibatkan koordinasi

operasional antara bagian front office dan housekeeping. Ketika tamu melakukan check-in, petugas front office akan menjelaskan mekanisme pelayanan 24 jam serta waktu check-out yang disesuaikan dengan waktu kedatangan tamu. Pada tahap ini, komunikasi menjadi aspek penting karena keberhasilan implementasi pelayanan sangat bergantung pada pemahaman tamu terhadap sistem yang diterapkan hotel. Hasil observasi menunjukkan bahwa penyampaian informasi yang jelas mampu meminimalkan kesalahpahaman serta meningkatkan penerimaan tamu terhadap konsep layanan tersebut.

Persepsi Tamu Terhadap Pelayanan 24 Jam

Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa implementasi sistem check-in 24 jam menghadapi tantangan operasional, khususnya terkait ketersediaan kamar pada periode tingkat hunian tinggi. Dalam kondisi tertentu, terdapat kemungkinan tamu sebelumnya masih menggunakan kamar sesuai hak menginapnya selama dua puluh empat jam sehingga proses penyiapan kamar bagi tamu berikutnya membutuhkan koordinasi yang lebih intensif. Untuk mengatasi kondisi tersebut, pihak hotel menerapkan berbagai strategi pelayanan seperti pemberian informasi secara transparan, penyediaan area tunggu yang nyaman, welcome drink, hingga alternatif kamar sementara apabila memungkinkan. Strategi tersebut menunjukkan adanya upaya hotel dalam menjaga kualitas pelayanan meskipun menghadapi keterbatasan operasional.

Hasil penelitian ini sejalan dengan konsep fleksibilitas pelayanan yang dikemukakan oleh Mahendra (2024) yang menjelaskan bahwa inovasi layanan dalam industri hospitality perlu diarahkan pada kemampuan perusahaan dalam menyesuaikan pelayanan dengan kebutuhan pelanggan yang terus berkembang. Dalam konteks penelitian ini, fleksibilitas pelayanan diwujudkan melalui pemberian keleluasaan waktu menginap yang memberikan manfaat langsung bagi tamu. Temuan tersebut juga memperkuat pandangan bahwa inovasi pelayanan tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga mencakup pengembangan sistem pelayanan yang mampu meningkatkan nilai yang dirasakan pelanggan.

Jika ditinjau melalui teori SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988), implementasi sistem check-in 24 jam menunjukkan adanya dimensi responsiveness dan empathy. Responsiveness tercermin dari kemampuan hotel merespons kebutuhan tamu yang memiliki waktu kedatangan berbeda-beda, sedangkan empathy terlihat dari upaya hotel memahami kebutuhan tamu melalui pemberian fleksibilitas waktu menginap. Selain itu, komunikasi yang dilakukan petugas front office selama proses

pelayanan juga mencerminkan dimensi assurance karena mampu memberikan kepastian informasi kepada tamu mengenai mekanisme layanan yang diterapkan.

Berdasarkan keseluruhan temuan tersebut, dapat dipahami bahwa proses pelayanan sistem check-in 24 jam di Janevalla Bandung bukan hanya merupakan kebijakan operasional, tetapi juga bagian dari strategi pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan pelanggan. Melalui fleksibilitas waktu, komunikasi yang efektif, dan koordinasi antarbagian, hotel berupaya menciptakan pengalaman pelayanan yang berbeda dibandingkan hotel konvensional sehingga mampu memberikan nilai tambah bagi tamu yang menggunakan layanan tersebut.

Dampak Sistem Check-In 24 Jam dalam Meningkatkan Loyalitas Tamu

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan penelitian, sistem check-in 24 jam memberikan dampak positif terhadap pembentukan loyalitas tamu di Hotel Janevalla Bandung. Loyalitas tersebut tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui pengalaman pelayanan yang dirasakan tamu selama menggunakan layanan hotel. Hasil reduksi data menunjukkan bahwa fleksibilitas waktu menginap menjadi alasan utama yang membuat tamu merasa memperoleh manfaat lebih dibandingkan ketika menginap di hotel lain yang masih menggunakan sistem check-in dan check-out konvensional.

Tamu loyal yang menjadi informan penelitian mengungkapkan bahwa sistem check-in 24 jam memberikan keleluasaan dalam mengatur aktivitas selama perjalanan. Fleksibilitas tersebut membuat tamu merasa tidak terbebani oleh batas waktu check-out yang relatif singkat sebagaimana diterapkan oleh sebagian besar hotel (Clara K. et al., 2022). Selain memberikan kenyamanan, kondisi tersebut juga meningkatkan persepsi nilai karena tamu merasa memperoleh manfaat yang lebih sesuai dengan biaya yang dikeluarkan. Pengalaman positif tersebut kemudian membentuk kesan yang baik terhadap hotel dan mendorong keinginan untuk kembali menginap pada kesempatan berikutnya (Belinda & Rahardjo, 2024).

Selain faktor fleksibilitas waktu, hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas tamu juga dipengaruhi oleh kualitas interaksi pelayanan yang diberikan oleh staf hotel. Informan menyampaikan bahwa pelayanan yang ramah, responsif, dan bersifat personal menjadi salah satu alasan utama untuk kembali menggunakan layanan Janevalla Bandung (Mukhlis et al., 2025). Staf hotel dinilai mampu membangun komunikasi yang hangat serta memberikan perhatian terhadap kebutuhan tamu selama proses pelayanan berlangsung. Temuan ini menunjukkan bahwa inovasi layanan melalui sistem check-in 24 jam

memperoleh penguatan dari kualitas pelayanan sumber daya manusia yang diberikan kepada tamu.

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya bentuk loyalitas yang ditunjukkan melalui perilaku repeat stay. Informan tamu mengaku telah beberapa kali kembali menggunakan layanan hotel dan menjadikan Janevalla sebagai salah satu pilihan utama ketika berkunjung ke Bandung (Middlemiss, 2023). Perilaku tersebut menunjukkan bahwa pengalaman pelayanan yang dirasakan telah menciptakan tingkat kepercayaan dan kepuasan yang cukup tinggi sehingga mendorong keputusan pembelian ulang. Dalam konteks industri perhotelan, kunjungan ulang merupakan indikator penting yang menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan.

Selain kunjungan ulang, bentuk loyalitas lainnya terlihat dari kesediaan tamu untuk merekomendasikan hotel kepada keluarga, teman, maupun rekan kerja. Berdasarkan hasil wawancara, informan secara aktif menceritakan pengalaman menginapnya dan merekomendasikan Janevalla kepada orang lain karena keunikan sistem check-in 24 jam yang dimiliki hotel. Rekomendasi tersebut menunjukkan adanya word of mouth positif yang muncul sebagai konsekuensi dari pengalaman pelayanan yang memuaskan. Dalam industri jasa, rekomendasi pelanggan memiliki nilai strategis karena mampu memengaruhi keputusan calon pelanggan lain dalam memilih produk atau layanan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori loyalitas pelanggan yang dikemukakan oleh Oliver (1999) yang menjelaskan bahwa loyalitas tercermin melalui kecenderungan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi kepada pihak lain, dan mempertahankan hubungan dengan penyedia jasa dalam jangka panjang. Ketiga indikator tersebut ditemukan dalam hasil penelitian ini. Tamu menunjukkan keinginan untuk kembali menginap, memberikan rekomendasi kepada orang lain, serta memiliki persepsi positif terhadap layanan yang diberikan Hotel Janevalla Bandung.

Penelitian Hwang et al. (2024) yang menjelaskan bahwa pengalaman pelayanan yang memberikan nilai tambah bagi pelanggan memiliki hubungan yang signifikan dengan pembentukan loyalitas. Dalam konteks penelitian ini, nilai tambah tersebut diwujudkan melalui kombinasi antara fleksibilitas pelayanan, kenyamanan menginap, dan kualitas interaksi pelayanan yang diterima tamu selama berada di hotel. Dengan demikian, loyalitas tamu tidak hanya dibentuk oleh keberadaan sistem check-in 24 jam semata, tetapi juga oleh kemampuan hotel dalam mengelola pengalaman pelanggan secara menyeluruh.

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa sistem check-in 24 jam berkontribusi terhadap peningkatan loyalitas tamu melalui penciptaan pengalaman

pelayanan yang lebih fleksibel, nyaman, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Loyalitas yang terbentuk tercermin melalui perilaku kunjungan ulang, rekomendasi positif kepada orang lain, serta preferensi tamu untuk tetap memilih Hotel Janevalla Bandung dibandingkan hotel lain. Dengan demikian, sistem check-in 24 jam dapat dipandang sebagai inovasi pelayanan yang tidak hanya meningkatkan kualitas pengalaman tamu, tetapi juga berperan dalam memperkuat hubungan jangka panjang antara hotel dan pelanggan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa sistem *check-in* 24 jam di Hotel Janevalla Bandung bukan sekadar kebijakan operasional, melainkan bagian dari strategi pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan tamu. Fleksibilitas waktu menginap yang ditawarkan terbukti menjadi pembeda nyata dibandingkan hotel konvensional dan menjadi faktor yang mendorong tamu untuk kembali serta merekomendasikan hotel kepada orang lain. Loyalitas tamu tidak muncul dari satu faktor tunggal, melainkan dari kombinasi antara fleksibilitas sistem, kualitas interaksi staf, dan pengalaman menginap secara keseluruhan. Ketiga indikator loyalitas menurut Oliver (1999) *repeat stay*, *word of mouth*, dan keterikatan emosional seluruhnya ditemukan dalam penelitian ini. Ditinjau melalui SERVQUAL, pelayanan yang diterapkan mencerminkan dimensi *responsiveness*, *empathy*, dan *assurance* secara bersamaan. Temuan ini menegaskan bahwa inovasi layanan tidak selalu membutuhkan teknologi baru perancangan ulang sistem pelayanan yang menempatkan tamu sebagai pusat perhatian sudah cukup untuk menciptakan pengalaman yang bernilai dan hubungan jangka panjang antara tamu dan hotel.

Saran

Bagi Hotel Janevalla Bandung, koordinasi antara *Front Office* dan *Housekeeping* perlu diperkuat melalui prosedur yang lebih terstruktur, terutama saat tingkat hunian tinggi. Selain itu, hotel dapat mengembangkan program apresiasi khusus bagi tamu berulang sebagai bentuk penghargaan atas loyalitas mereka. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas jumlah informan agar temuan lebih representatif, serta mempertimbangkan pendekatan *mixed methods* atau studi komparatif antar hotel untuk menghasilkan kesimpulan yang lebih dapat digeneralisasi dalam konteks perhotelan urban di Indonesia.

DAFTAR REFERENSI

- Anderson, M. (2025). *Understanding the Impact of Service Quality on Customer Loyalty in the Hospitality Industry Understanding the Impact of Service Quality on Customer Loyalty in the Hospitality Industry*. 0–17. <https://doi.org/10.20944/preprints202501.0082.v1>
- Asipi, L. S., Rosalina, U., & Nopiyadi, D. (2022). *The Analysis of Reading Habits Using Miles and Huberman Interactive Model to Empower Students ' Literacy at IPB Cirebon*. 2(3), 117–125.
- Ayustini, P. E. (2025). *Eksplorasi Strategi Kualitas Pelayanan Berbasis Pada Lima Dimensi Servqual di Palm Restoran Holiday Inn Resort Baruna Bali*. 8(1), 106–112.
- Hidayat, C., Darsiah, A., & Nofiyanti, F. (2025). *Hotel Service Quality in Jakarta , Indonesia*. 13(07), 7–13. <https://doi.org/10.18535/ijssrm/v13i07.t02>
- Lu, C., Berchoux, C., & Marek, M. W. (n.d.). *Service Quality and Customer Satisfaction: Qualitative Research Implications for Luxury Hotels Carol Lu*. 9(2).
- Meldrit, S., Marpaung, M., & Renaldi, R. (2024). *Peranan Program Loyalitas All Accor Limitless Terhadap Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Pada Hotel Ibis Styles Medan)*. 6(1), 20–31.
- Naldi, S., Maulina, E., Herawaty, T., & Irawati, R. (2022). *Hospitality And Tourism Innovation: A Systematic literature Review*. 14(2), 94–109. <https://doi.org/10.26740/bisma.v14n2.p94-109>
- Ni Putu Putri Widyarningsih. (2025). *Strategi Kualitas Layanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Tamu Di Hotel Frii Bali Echo Beach Ni*. 5(2), 495–512.
- Res, I. J. A. (2017). *Impact Of Check In And Check Out Policies Of Hotels On Service Quality Of Manuscript Info Abstract Introduction : - ISSN : 2320-5407*. 5(5), 1319–1327. <https://doi.org/10.21474/IJAR01/4251>
- Singh, V., Sharma, M. P., Jayapriya, K., Kiran, B., Chander, A. R. N., & Kumar, B. R. (2023). *Service Quality , Customer Satisfaction And Customer Loyalty: A Comprehensive Literature Review*. 10, 3457–3464.
- Statistik, B. P., & Bandung, K. (2025). *Perkembangan Tingkat Penghunian Kamar Hotel Kota Bandung , Januari-Februari 2025*. 08.
- Tjahjaningsih, E., Suprpti, D., Soliha, E., & Rijanti, T. (2023). *The Influence Of Positive And Negative Electronic Word Of Mouth Review On Hotel Customer E-Repurchase. JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(4), 185. <https://doi.org/10.29210/020232265>
- Belinda, B., & Rahardjo, J. S. D. (2024). *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Tamu. Deleted Journal*, 16(1), 8–19. <https://doi.org/10.55651/niagara.v16i1.193>
- Mukhlis, E. N. A., Nurarifian, M. C., Agustian, D., Syafrilyudin, R., Hidayatullah, T., Sugiana, N. S. S., Mukhlis, E. N. A., Nurarifian, M. C., Agustian, D., Syafrilyudin, R., Hidayatullah, T., & Sugiana, N. S. S. (2025). *The Influence Of Service Quality On Customer Loyalty At Ibis Hotel Bandung. International Journal Of Mathematics, Statistics, and Computing*, 3(4), 186–194. <https://doi.org/10.46336/ijmsc.v3i4.270>
- Middlemiss, A. (2023). *The Research Of Customer Loyalty In The Provision Of Hotel Services*. 1(78), 105–111. <https://doi.org/10.54220/finis.1991-0525.2023.78.1.01>

- Crossman, S. (2024). Impact Of Service Quality On Customer Satisfaction In Boutique Hotels. *Journal Of Hospitality And Tourism*
- Tanford, S., & Montgomery, R. (2026). Customer loyalty In Transition: A longitudinal Meta-Analysis Of Direct Antecedents In The Hospitality Industry. *International Journal Of Hospitality Management*
- Lee, S. A. (2024). Enhancing Customer Experience Design Through Hotel Innovativeness. *Cornell Hospitality Quarterly*
- Kokkhangplu, A. (2024). Understanding Customer Experiences Insights In Boutique Hotels: A Case Study From Thailand
- Deb, S. K., et al. (2025). Fostering Customer Revisit To Upscale Hotels Through Hotel Marketing Mix: The Mediating Role Of Satisfaction And The Moderating Role Of Social Influence. *International Hospitality Review*