

Pengaruh Kualitas Pelayanan *Front office* dan Fasilitas terhadap Loyalitas Tamu di Sabda Alam Hotel & Resort

Yanti Maulani^{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: 24024122004@fekon.uniga.ac.id

Abstract. *The purpose of this quantitative research is to determine if and to what extent Sabda Alam Hotel & Resort's front desk service and amenities affect the loyalty of its guests. The research included 140 people who had stayed at the Sabda Alam Resort & Hotel in the past. Multiple linear regression was used to evaluate the data. The findings show that the quality of front desk service significantly impacts client loyalty in a favorable way ($t = 5.496$; $p < 0.05$). Also, visitor loyalty is positively and significantly affected by amenities ($t = 4.946$; $p < 0.05$). In addition, there is a simultaneous positive and significant effect of both factors on guest loyalty ($F = 313.075$; $p < 0.05$). An adjusted R-squared score of 0.818 indicates that 81.8% of the loyalty that guests show is due to the amenities and front desk service. Guests are more likely to return if the service and amenities are better.*

Keywords: *Facilities, Front office Service Quality, Guest Loyalty*

Abstrak. Tujuan dari penelitian kuantitatif ini adalah untuk menentukan apakah dan sejauh mana layanan resepsionis dan fasilitas Sabda Alam Hotel & Resort memengaruhi loyalitas tamunya. Penelitian ini melibatkan 140 orang yang pernah menginap di Sabda Alam Resort & Hotel di masa lalu. Regresi linier berganda digunakan untuk mengevaluasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan resepsionis secara signifikan memengaruhi loyalitas klien secara positif ($t = 5,496$; $p < 0,05$). Selain itu, loyalitas pengunjung dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh fasilitas ($t = 4,946$; $p < 0,05$). Selanjutnya, terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan dari kedua faktor tersebut terhadap loyalitas tamu ($F = 313,075$; $p < 0,05$). Skor R-squared yang disesuaikan sebesar 0,818 menunjukkan bahwa 81,8% loyalitas yang ditunjukkan tamu disebabkan oleh fasilitas dan layanan resepsionis. Tamu lebih cenderung kembali jika layanan dan fasilitasnya lebih baik.

Kata kunci: Fasilitas, Kualitas Pelayanan *Front office*, Loyalitas Tamu.

1. LATAR BELAKANG

Kabupaten Garut mempunyai potensi pariwisata yang sangat besar, yang mencakup objek wisata alam, budaya, dan buatan manusia. Potensi pariwisata ini dikembangkan melalui konsep "Gurilaps", yang mengutamakan pegunungan, hutan, laut, pantai, dan danau sebagai pendorong utama pengembangan pariwisata daerah. (Adiatma & Rukma, 2025). Selain wisata alam, Kabupaten Garut juga memiliki daya tarik wisata budaya seperti seni ketangkasan domba yang menjadi bagian dari identitas budaya masyarakat Garut (Farisya et al., 2025). Perkembangan sektor pariwisata tersebut turut mendorong perkembangan industri hotel dan restoran di Kabupaten Garut (Meitasari et al., 2024). Sebagai informasi dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut (2024) terdapat 39 hotel dan 226 akomodasi hotel serta penginapan di Kabupaten Garut. Kondisi

tersebut menunjukkan adanya persaingan industri perhotelan sehingga hotel perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas untuk mempertahankan daya saing usaha.

Perkembangan industri perhotelan di Kabupaten Garut dapat dilihat dari data Badan Pusat Statistik Kabupaten Garut (2026). Data menunjukkan bahwa jumlah perjalanan wisatawan nusantara tujuan Kabupaten Garut selama periode Februari 2025–Februari 2026 mengalami fluktuasi. Jumlah kunjungan tertinggi tercatat pada April 2025 sebesar 1,094 juta kunjungan, sedangkan pada Februari 2026 menurun menjadi 552 ribu kunjungan. Pada periode yang sama, Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel gabungan di Kabupaten Garut tercatat sebesar 19,28% dan mengalami penurunan dibandingkan bulan sebelumnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tingkat kunjungan wisatawan dan tingkat hunian hotel belum stabil sehingga industri perhotelan menghadapi tantangan dalam mempertahankan jumlah tamu. Oleh karena itu, hotel perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas guna menciptakan pengalaman menginap yang positif serta mendorong terbentuknya loyalitas tamu.



Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Garut, 2026

Gambar 1. Data Badan Pusat Statistik Garut, 2026

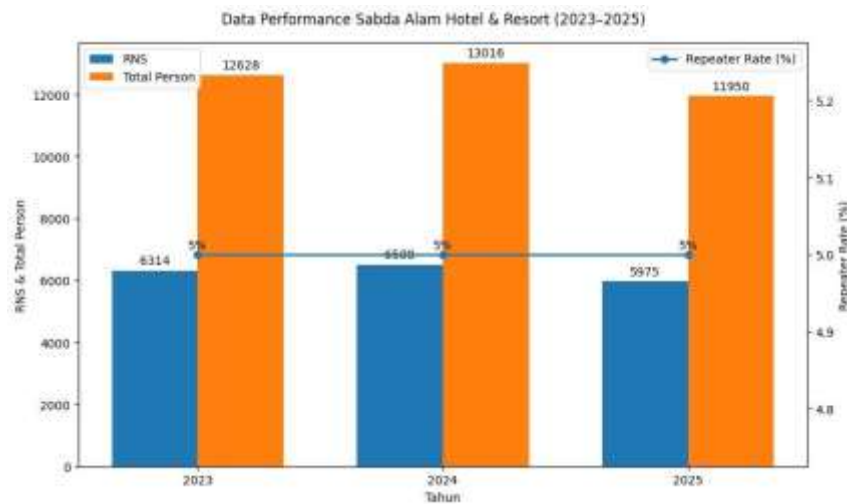
Kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam industri perhotelan karena berkaitan dengan pengalaman pelanggan selama menggunakan layanan hotel. Pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan pelanggan, memperkuat hubungan jangka panjang, meningkatkan kecenderungan pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang, serta mendorong pelanggan untuk merekomendasikan hotel kepada orang lain (Sigarlaki et al., 2022; Nazarian et al., 2024; Meshack & Prusty, 2021). Menurut penelitian, pengalaman pelanggan yang positif dapat mendorong loyalitas pelanggan.

Front office merupakan titik awal interaksi antara hotel dan tamu. Oleh karena itu, departemen ini memiliki peranan krusial dalam penyajian layanan pelanggan. Pelayanan yang responsif, sopan, profesional, dan berorientasi pada kebutuhan tamu berpotensi

membentuk persepsi positif terhadap kualitas hotel (Susnita, 2020). Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap pembentukan loyalitas pelanggan (Clara et al., 2022).

Selain itu, fasilitas di hotel yang tersedia juga menjadi faktor penentu bagi kenyamanan tamu selama menginap. Fasilitas hotel yang lengkap dan memadai dapat meningkatkan pengalaman tamu serta memperkaya layanan yang ditawarkan (Widyaningrum, 2020). Dalam industri hotel, fasilitas seperti kondisi kamar, area parkir, Wi-Fi, restoran, dan fasilitas pendukung lainnya menjadi bagian yang dinilai langsung oleh pelanggan selama menggunakan layanan hotel (Moha & Loindong, 2016). Penelitian Somantri et al. (2024) membuktikan bahwa fasilitas hotel berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Yusuf & Octafian (2024) menjelaskan bahwa fasilitas yang memadai dapat mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan layanan hotel.

Loyalitas tamu adalah keinginan tamu untuk melakukan kunjungan ulang sekaligus merekomendasikan hotel kepada orang lain (Anderson, 2025). Loyalitas pelanggan penting bagi industri hotel karena berkaitan dengan keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang (Hussain et al., 2023). Fenomena loyalitas pelanggan dapat dilihat pada Diagram berikut yang menyajikan data Room Night Sold (RNS), total person, dan repeater rate Sabda Alam Hotel & Resort selama periode 2023–2025.



Sumber: Room Sold Recapitulation Report, Sabda Alam Hotel & Resort (2023–2025)

Gambar 2. Data Room Night Sold Sabda Alam Hotel & Resort (2023-2025)

Berdasarkan *Room Sold Recapitulation Report* Sabda Alam Hotel & Resort periode 2023-2025, jumlah *Room Night Sold* (RNS) mengalami fluktuasi dari 6.314 tahun 2023 mengalami peningkatan 6.508 tahun 2024, kemudian menurun menjadi 5.975 pada tahun 2025. Selain itu, persentase *repeater guest* selama periode tersebut tercatat berada di

bawah 5%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa jumlah pelanggan yang kembali menggunakan layanan hotel masih relatif rendah. Artinya, sebagian besar pelanggan yang pernah menginap belum menunjukkan kecenderungan untuk melakukan kunjungan ulang secara konsisten. Penurunan jumlah RNS yang disertai rendahnya persentase *repeater guest* mengindikasikan bahwa Sabda Alam Hotel & Resort masih menghadapi tantangan dalam mempertahankan pelanggan agar tetap loyal.

Penelitian pada objek yang sama pernah dilakukan oleh Budiarta & Fachira (2017) pada Sabda Alam Hotel & Resort, yang menemukan bahwa jumlah pelanggan menurun setiap tahun dan bahwa kualitas pelayanan memengaruhi loyalitas pelanggan. Sementara itu, penelitian Wibowo (2011) pada Fakta bahwa kualitas layanan memengaruhi kinerja hotel telah ditunjukkan di Hotel Sabda Alam. Namun, penelitian yang telah dilakukan sejauh ini sebagian besar berfokus terhadap kualitas layanan secara *general* dan juga terhadap kepuasan pelanggan, dan tidak banyak studi yang secara khusus meneliti dampak kualitas layanan *front office* dan fasilitas terhadap loyalitas tamu di hotel resort, terutama di industri perhotelan Kabupaten Garut.

Sejumlah studi sebelumnya mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan serta fasilitas berperan penting dalam membentuk loyalitas tamu hotel (Al-Shidhani & Tumati, 2021; Hutagalung, 2022). Namun demikian, sejauh ini sebagian besar studi telah menggunakan kepuasan pelanggan sebagai titik akhir utama, dengan fokus pada bagaimana faktor-faktor seperti layanan resepsionis dan kualitas fasilitas memengaruhi hasil ini. Namun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih menempatkan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen utama, sedangkan penelitian yang mengkaji pengaruh langsung kualitas pelayanan *front office* dan fasilitas terhadap loyalitas tamu masih relatif terbatas. Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan *front office* dan fasilitas terhadap loyalitas tamu di Sabda Alam Hotel & Resort.

Berdasarkan fenomena “kualitas pelayanan *front office* dan fasilitas yang menjadi faktor penting dalam industri perhotelan, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan *front office* dan fasilitas terhadap loyalitas tamu di Sabda Alam Hotel & Resort. Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini mencakup pengaruh kualitas pelayanan *front office* terhadap loyalitas tamu, pengaruh fasilitas terhadap loyalitas tamu”, serta bagaimana pengaruh kualitas pelayanan *front office* dan fasilitas secara simultan terhadap loyalitas tamu di Sabda Alam Hotel & Resort.

2. KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan *Front office*

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai kapasitas suatu organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan melalui penyediaan layanan secara konsisten dan merata (Kotler & Keller, 2020). Pada industri hotel, kualitas pelayanan *front office* memiliki peran penting karena bagian ini menjadi pusat interaksi pertama antara tamu dan hotel sehingga pelayanan yang diberikan dapat memengaruhi persepsi pelanggan pada kualitas hotel secara menyeluruh (Sigarlaki et al., 2022). Layanan yang cepat, ramah, dan profesional dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta membentuk loyalitas tamu hotel (Susnita, 2020).

Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan *front office* diukur menggunakan dimensi SERVQUAL menurut Parasuraman et al. (1988), yaitu:

1. *Reliability* (Keandalan)
2. *Responsiveness* (Ketanggapan)
3. *Assurance* (Jaminan)
4. *Empathy* (Empati)
5. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Dimensi tersebut kemudian diadaptasi ke dalam indikator penelitian seperti kecepatan proses *check-in*, kejelasan informasi, ketanggapan staf dalam membantu tamu, kemampuan menangani keluhan, profesionalitas staf, keramahan pelayanan, serta kondisi fisik area resepsionis hotel.

Fasilitas Hotel

Fasilitas merupakan sarana fisik yang disediakan perusahaan untuk mendukung kenyamanan pelanggan selama menggunakan layanan. Dalam industri hotel, fasilitas menjadi bagian penting karena pelanggan secara langsung menggunakan dan menilai kondisi kamar, perlengkapan, area umum, serta fasilitas pendukung lainnya (Moha & Loindong, 2016). Fasilitas yang memadai dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan dan membentuk persepsi positif terhadap kualitas layanan yang diterima sehingga mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan layanan hotel (Widyaningrum, 2020; Victor et al., 2024).

Menurut Tjiptono (2014), indikator fasilitas mencakup pertimbangan dan perencanaan spasial, perencanaan ruangan, perlengkapan dan perabot, tata cahaya dan warna, serta pesan yang disampaikan secara grafis. Dalam konteks penelitian sebelumnya,

indikator-indikator tersebut telah digunakan secara luas (Alana & Putro, 2019; Aprileny et al., 2021; Sudrajad & Suja'i, 2023) dalam penelitian ini, indikator pertimbangan dan perencanaan spasial tidak digunakan secara terpisah sebagai dimensi independen. Keputusan ini diambil karena elemen tersebut telah terintegrasi ke dalam indikator perencanaan ruangan. Mengingat pertimbangan tersebut, penelitian ini menggunakan lima indikator untuk mengukur fasilitas hotel, yaitu perencanaan ruangan, perlengkapan dan perabot, tata cahaya dan warna, pesan grafis, dan elemen pendukung.

Loyalitas Tamu

Loyalitas tamu didefinisikan sebagai komitmen pelanggan untuk menggunakan barang atau jasa secara teratur dalam jangka panjang (Kotler & Keller, 2020). Dalam industri hotel, loyalitas tamu menjadi faktor penting karena berkaitan dengan kunjungan ulang pelanggan, rekomendasi positif, serta keberlangsungan bisnis hotel (Liat & Chiau, 2015). Pelanggan yang menunjukkan loyalitas terhadap perusahaan umumnya terjalin dalam hubungan yang bersifat jangka panjang. Selain itu, mereka juga memiliki kecenderungan untuk mempromosikannya kepada orang lain (Sokeh, 2024).

Dalam penelitian ini, loyalitas tamu diukur menggunakan indikator loyalitas pelanggan dikemukakan oleh Griffin (2005) dalam Sangadji & Sopiah (2013), khususnya: (1) secara konsisten membeli dari penjual yang sama, (2) memenuhi semua kebutuhan melalui pembelian, (3) mempromosikan barang kepada orang lain, dan (4) tidak terpengaruh oleh daya tarik pesaing.

Hipotesis Penelitian

Menurut Lund (2022) hipotesis dapat didefinisikan sebagai suatu jawaban provisional atau dugaan awal terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran dari hipotesis tersebut selanjutnya perlu dibuktikan secara empiris melalui proses penelitian yang sistematis serta analisis data yang komprehensif. Sehubungan dengan uraian tersebut, penelitian ini merumuskan tiga hipotesis sebagai berikut

H1: Variabel kualitas pelayanan *front office* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas tamu.

H2: Variabel fasilitas hotel berpengaruh signifikan terhadap loyalitas tamu.

H3: Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan *front office* dan fasilitas hotel secara bersama-sama terhadap loyalitas tamu.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode asosiatif. Metode tersebut dipilih dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan *front office* dan fasilitas hotel terhadap loyalitas tamu di Sabda Alam Hotel & Resort. Pemilihan pendekatan kuantitatif didasarkan pada pertimbangan dengan maksud untuk menyelidiki hubungan dan pengaruh antar variabel melalui evaluasi data numerik dan penerapan analisis statistik (Apuke, 2017). Penelitian ini menggunakan gabungan sumber primer dan sekunder. Kuesioner dikirimkan kepada responden untuk mengumpulkan data primer. Publikasi ilmiah, makalah, data perusahaan, dan studi sebelumnya termasuk di antara sumber akademis yang digunakan untuk mengumpulkan data sekunder (Sileyew, 2019).

Populasi penelitian ini adalah tamu yang pernah menginap di Sabda Alam Hotel & Resort. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden pernah menginap di Sabda Alam Hotel & Resort, berusia minimal 17 tahun, dan bersedia mengisi kuesioner penelitian. Penyebaran kuesioner dilakukan secara offline kepada tamu yang sedang melakukan proses check-in serta secara online melalui tautan kuesioner yang dibagikan kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Jumlah sampel penelitian ditentukan dengan menggunakan pendekatan Hair et al. Instrumen penelitian terdiri atas 28 item pernyataan yang mencakup 10 item kualitas pelayanan *front office*, 10 item fasilitas, dan 8 item loyalitas tamu. Berdasarkan Hair et al. (2018), ukuran sampel minimum penelitian multivariat berkisar antara 5–10 kali jumlah item pengukuran (measurement items) yang digunakan dalam instrumen penelitian. Dengan 28 item pengukuran, jumlah sampel minimum yang diperlukan adalah 140 responden.

Sesuai dengan hasil perhitungan tersebut, penelitian ini menetapkan 140 responden sebagai sampel. Variabel-variabel yang menjadi fokus analisis meliputi kualitas pelayanan *front office* (X1), fasilitas hotel (X2), dan loyalitas tamu (Y). Pengukuran setiap variabel dilakukan menggunakan indikator-indikator yang telah dirumuskan dalam instrumen penelitian. Peneliti memproses data melalui program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 20 yang mencakup analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji f), serta koefisien determinasi (R^2). Seluruh pengujian hipotesis menggunakan acuan tingkat signifikansi pada level 5% ($\alpha = 0,05$).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Karakteristik Responden

Berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan frekuensi menginap di Sabda Alam Hotel & Resort, karakteristik responden disajikan untuk memberikan gambaran umum tentang demografi tamu yang menjadi subjek penelitian. Informasi tersebut diperlukan untuk memahami latar belakang responden yang memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan *front office* fasilitas, dan loyalitas tamu. Distribusi karakteristik responden dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1 Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	48,6
	Perempuan	51,4
Usia	< 20 Tahun	1,4
	21–30 Tahun	49,3
	31–40 Tahun	30,7
	41–50 Tahun	17,1
	> 50 Tahun	1,4
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	23,6
	Pegawai Swasta	21,4
	PNS	7,9
	Dosen/Guru	7,1
	Wirausaha	15,7
	Ibu Rumah Tangga	2,1
	Lainnya	22,1
Frekuensi Menginap	1 Kali	42,9
	2–3 Kali	41,4
	> 3 Kali	15,7

Sumber : Data Diolah Peneliti (2026)

Data pada tabel karakteristik responden menunjukkan dominasi jumlah perempuan sebesar 51,4% sedangkan laki-laki mencakup 48,6%. Komposisi usia menempatkan kelompok 21 hingga 30 tahun pada posisi teratas dengan angka 49,3%, lalu kategori 31 sampai 40 tahun menyumbang 30,7% serta rentang 41 hingga 50 tahun mengisi 17,1%. Berdasarkan kategori pekerjaan, responden pelajar/mahasiswa mendominasi dengan proporsi 23,6%, diikuti kategori lainnya sebesar 22,1% dan pegawai swasta sebesar 21,4%. Sementara itu, berdasarkan frekuensi menginap, sebagian besar responden pernah menginap satu kali sebesar 42,9%, diikuti responden yang menginap 2–3 kali sebesar 41,4%, sedangkan responden yang menginap lebih dari tiga kali sebesar 15,7%. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa mayoritas yang menjawab memiliki pengalaman

menginap yang memadai untuk menilai kualitas layanan *front office*, fasilitas dan kesetiaan tamu di Sabda Alam Hotel & Resort.

Uji Validitas

Uji validitas berperan dalam memastikan kapasitas instrumen untuk mengukur nilai variabel target secara akurat. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dibandingkan r tabel atau memiliki tingkat signifikansi di bawah 0,05. Peneliti melaksanakan uji signifikansi melalui komparasi antara skor r hitung dengan r tabel guna menilai aspek validitas tersebut. Data di bawah ini menyajikan perolehan hasil dari prosedur pengujian validitas yang telah berlangsung:

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	No	R hitung	R table	Keterangan
Kualitas Pelayanan (<i>Front office</i>)	1	X1.1 = 0,753	0,1396	Valid
	2	X1.2 = 0,794	0,1396	Valid
	3	X1.3 = 0,758	0,1396	Valid
	4	X1.4 = 0,725	0,1396	Valid
	5	X1.5 = 0,767	0,1396	Valid
	6	X1.6 = 0,790	0,1396	Valid
	7	X1.7 = 0,753	0,1396	Valid
	8	X1.8 = 0,717	0,1396	Valid
	9	X1.9 = 0,755	0,1396	Valid
	10	X1.10 = 0,752	0,1396	Valid
Fasilitas	1	X2.1 = 0,734	0,1396	Valid
	2	X2.2 = 0,753	0,1396	Valid
	3	X2.3 = 0,724	0,1396	Valid
	4	X2.4 = 0,789	0,1396	Valid
	5	X2.5 = 0,696	0,1396	Valid
	6	X2.6 = 0,778	0,1396	Valid
	7	X2.7 = 0,726	0,1396	Valid
	8	X2.8 = 0,586	0,1396	Valid
	9	X2.9 = 0,791	0,1396	Valid
	10	X2.10 = 0,773	0,1396	Valid
Loyalitas	1	Y.1 = 0,729	0,1396	Valid
	2	Y.2 = 0,746	0,1396	Valid
	3	Y.3 = 0,766	0,1396	Valid
	4	Y.4 = 0,740	0,1396	Valid
	5	Y.5 = 0,782	0,1396	Valid
	6	Y.6 = 0,706	0,1396	Valid
	7	Y.7 = 0,675	0,1396	Valid
	8	Y.8 = 0,750	0,1396	Valid

Sumber : Data Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil pengujian validitas untuk variabel Kualitas Pelayanan *Front office*, Fasilitas, dan Loyalitas mempunyai nilai r hitung $>$ r tabel sebesar 0,1396. Peneliti menetapkan r tabel sebesar 0,1396 melalui penggunaan sampel 140 responden dengan 0,05 sebagai taraf signifikansi dan derajat kebebasan (df) sebesar 138. Skor r hitung variabel

variabel Kualitas Pelayanan *Front office* berada pada angka 0,717 hingga 0,794, variabel Fasilitas memiliki antara 0,586 sampai 0,791, sedangkan variabel Loyalitas menunjukkan rentang 0,675 hingga 0,782 perbandingan statistik membuktikan bahwa setiap nilai hitung memiliki besaran yang melebihi nilai *r* tabel. Data tersebut menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan dalam riset ini telah lolos standar validitas. Oleh karena itu, instrumen penelitian berstatus valid dan siap untuk proses analisis berikutnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0,939	Reliabel
X2	0,914	Reliabel
Y	0,915	Reliabel

Sumber : Data Diolah Peneliti (2026)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan *Front office* memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,939, variabel Fasilitas sebesar 0,914, dan variabel Loyalitas sebesar 0,915. Seluruh nilai Cronbach's Alpha tersebut berada di atas batas minimum reliabilitas sebesar 0,80. Dengan hasil tersebut, instrumen penelitian menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat baik. Kondisi ini mengindikasikan bahwa setiap item pernyataan memiliki konsistensi memadai sehingga dapat diandalkan penggunaannya dalam proses penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4 Uji Normalitas

Uji	Nilai Statistik	Keterangan
Kolmogorov-Smirnov	0,356	Data berdistribusi normal

Sumber : Data Diolah Peneliti (2026)

Penerapan uji Kolmogorov-Smirnov membuktikan bahwa sebaran data penelitian ini masuk dalam kategori normal. Hasil perhitungan menunjukkan angka signifikansi sebesar 0,356, yang secara jelas melampaui batas minimal 0,05. Oleh sebab itu, data penelitian dapat dinyatakan berdistribusi normal dan memenuhi salah satu asumsi yang diperlukan dalam analisis regresi.

Uji Multikoleniaritas

Tabel 5 Uji Multikoleniaritas

Variabel	Nilai Statistik		Hasil
	Tolerance	VIF	
X1	0,167	6,004	-
X2	0,167	6,004	-

Sumber : Data Diolah Peneliti (2026)

Data pengujian multikolinearitas menyajikan angka Tolerance sebesar 0,167 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) senilai 6,004 bagi variabel Kualitas Pelayanan *Front office* serta Fasilitas. Capaian Tolerance yang melampaui ambang 0,10 serta VIF di bawah batas 10 memastikan tidak adanya gejala multikolinearitas pada variabel-variabel independen. Kondisi ini menegaskan bahwa model regresi tidak memiliki hubungan korelasi yang terlalu kuat antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6 Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Statistik	Keterangan
X1	0,960	Tidak terjadi <i>heteroskedastisitas</i>
X2	0,271	Tidak terjadi <i>heteroskedastisitas</i>

Sumber : Data Diolah Peneliti (2026)

Uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan *Front office* mempunyai nilai signifikansi 0,960, dan variabel Fasilitas mencapai 0,271. Peneliti menyimpulkan model regresi tidak mengandung gejala heteroskedastisitas karena seluruh nilai tersebut lebih besar daripada 0,05. Kondisi ini memberikan kepastian bahwa varians residual dalam kerangka penelitian bersifat stabil dan tetap.

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan setelah model memenuhi pengujian asumsi dasar regresi yang meliputi normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil pengujian menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas antarvariabel independen, serta tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dinilai layak untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan *front office* dan fasilitas terhadap loyalitas tamu.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien (B)	Keterangan
Konstanta	1,047	-
X1	0,393	Positif
X2	0,366	Positif

Sumber : Data Diolah Peneliti (2026)

Menurut hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi adalah:

$Y = 1,047 + 0,393X_1 + 0,366X_2$. Persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a) Nilai konstanta sebesar 1,047 menggambarkan tingkat loyalitas ketika variabel Kualitas Pelayanan *front office* dan fasilitas berada pada nilai nol.
- b) Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan *Front office* mencapai 0,393. Angka tersebut membuktikan bahwa penambahan satu satuan Kualitas Pelayanan *Front office* memperkuat Loyalitas sebesar 0,393. Kesimpulan ini muncul dengan anggapan bahwa faktor-faktor independen lain tidak berubah atau berada pada posisi tetap.
- c) Variabel Fasilitas mencatatkan nilai koefisien regresi sebesar 0,366. Angka tersebut membuktikan bahwa setiap penambahan satu satuan Fasilitas meningkatkan skor Loyalitas sebanyak 0,366. Hasil ini diperoleh dengan mengasumsikan variabel penelitian lainnya berada dalam kondisi tetap.

Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kedua variabel independen memiliki arah hubungan yang positif dengan Loyalitas pelanggan.

Uji T (Uji Parsial)

Tabel 8 Hasil Uji T

Variabel	T hitung	Sig.	Keterangan
X1	5,496	0,000	Signifikan
X2	4,946	0,000	Signifikan

Sumber : Data Diolah Peneliti (2026)

Uji parsial mencatatkan hasil variabel Kualitas Pelayanan *Front office* memperoleh t hitung sebesar 5,496 dengan signifikansi 0,000. Nilai ini > t tabel sebesar 1,97743 dan memiliki signifikansi di bawah 0,05. Berdasarkan hal tersebut, Kualitas Pelayanan *Front office* terbukti berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas.

Variabel Fasilitas menunjukkan t hitung sebesar 4,946 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut juga > t tabel sebesar 1,97743 serta memiliki tingkat signifikansi di bawah 0,05. Hasil ini membuktikan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 9 Hasil Uji F

Uji	Nilai Statistik		Keterangan
Uji F	313,075	0,000	Signifikan

Sumber : Data Diolah Peneliti (2026)

Analisis pengujian simultan menghasilkan angka F hitung senilai 313,075 pada taraf signifikansi 0,000. Perolehan angka tersebut melampaui F tabel sebesar 3,06 ($313,075 > 3,06$) dengan skor signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian membuktikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan *Front office* serta Fasilitas secara kolektif memberikan dampak positif dan signifikan bagi Loyalitas. Data ini menegaskan bahwa perpaduan antara layanan prima dan sarana yang mumpuni sangat menentukan penguatan loyalitas konsumen.

Tabel 10 Koefisien Determinasi (R^2)

Model	Nilai Statistik	Keterangan
Adjusted R Square	0,818	Kontribusi 81,8%

Sumber : Data Diolah Peneliti (2026)

Perhitungan koefisien determinasi menghasilkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,818 yang setara dengan angka 81,8%. Data ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan *Front office* dan Fasilitas mendominasi pengaruh sebesar 81,8%, sedangkan faktor eksternal di luar model penelitian menguasai 18,2% sisanya.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *front office* dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas tamu di Sabda Alam Hotel & Resort. Temuan ini menunjukkan bahwa loyalitas tamu pada hotel resort terbentuk melalui kombinasi pengalaman pelayanan dan pengalaman penggunaan fasilitas selama menginap. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wulandari & Sadjuni (2024) pada Sheraton Bali Kuta Resort yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *front office* berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan, serta penelitian Baitanu et al. (2025) pada Natuna Dive Resort yang menemukan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ulang tamu resort. Namun demikian, penelitian Baitanu et al. (2025) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan fasilitas. Berbeda dengan hasil tersebut, penelitian ini menemukan bahwa pengaruh kualitas pelayanan *front office* dan fasilitas relatif berimbang dengan koefisien regresi masing-masing sebesar 0,393 dan 0,366. Perbedaan tersebut diduga berkaitan dengan karakteristik Sabda Alam Hotel & Resort sebagai resort keluarga yang menawarkan kombinasi layanan dan fasilitas rekreasi sebagai bagian utama dari pengalaman menginap tamu. Oleh karena itu, baik kualitas pelayanan maupun fasilitas memiliki kontribusi yang hampir sama dalam membentuk loyalitas tamu.

Pengaruh Kualitas Pelayanan *Front office* terhadap Loyalitas Tamu

Temuan uji hipotesis di Sabda Alam Hotel & Resort membuktikan bahwa kualitas pelayanan *front office* memberikan kontribusi positif dan signifikan bagi loyalitas tamu. Perolehan t hitung 5,496 beserta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ memastikan bahwa riset ini menerima hipotesis pertama, serta nilai koefisien regresi 0,393 mengonfirmasi bahwa setiap kenaikan mutu layanan *front office* bakal memperkuat loyalitas tamu secara simultan.

Temuan studi ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan staf garda depan sangat memengaruhi loyalitas pengunjung. Departemen tersebut merefleksikan standar mutu layanan hotel secara menyeluruh karena berperan sebagai titik interaksi awal dengan pelanggan. (Susnita, 2020). Pada Sabda Alam Hotel & Resort, pengaruh tersebut dapat dijelaskan karena *front office* tidak hanya menangani proses *check-in* dan *check-out*, tetapi juga menjadi sumber informasi utama terkait fasilitas dan layanan yang tersedia selama tamu menginap. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan pihak *Human Resources* Sabda Alam Hotel & Resort (2026), staf *front office* secara rutin memperoleh *briefing* sebelum bertugas sebagai upaya menjaga konsistensi standar pelayanan dan kesiapan dalam menangani kebutuhan tamu. *Briefing* tersebut mencakup penyampaian informasi operasional, standar pelayanan, serta evaluasi pelayanan sebelumnya. Kondisi tersebut memungkinkan staf memberikan pelayanan yang responsif, ramah, dan informatif sehingga menciptakan pengalaman menginap yang positif. Pengalaman positif tersebut pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan tamu dan mendorong terbentuknya loyalitas. Pemberian layanan yang responsif, santun, dan penuh atensi serta kompetensi personel dalam menyampaikan informasi maupun menanggapi kebutuhan konsumen secara efektif mampu mengoptimalkan kepuasan sekaligus memperkuat loyalitas pelanggan. (Jasinskas et al., 2016; Abdullah et al., 2022).

Dari hasil penelitian ini menunjukkan keselarasan dengan teori SERVQUAL yang dijelaskan oleh (Parasuraman et al., 1988) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap perusahaan. Beberapa penelitian mengonfirmasi bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada industri *hospitality* (Clara et al., 2022; Anderson, 2025; dan Hakim et al., 2024).

Selain sejalan dengan Clara et al. (2022) dan Hakim et al. (2024), hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian Wulandari & Sadjuni (2024) pada Sheraton Bali Kuta Resort yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *front office* berkontribusi terhadap

loyalitas pelanggan. Kesamaan tersebut menunjukkan bahwa kualitas interaksi antara tamu dan staf *front office* merupakan faktor penting dalam membentuk loyalitas pelanggan pada hotel resort.

Pengaruh Fasilitas terhadap Loyalitas Tamu

Temuan empiris melalui pengujian hipotesis mengonfirmasi pengaruh positif dan signifikan fasilitas terhadap loyalitas pengunjung di Sabda Alam Hotel & Resort. Perolehan nilai t 4,946 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ mendukung validitas hipotesis kedua secara penuh. Koefisien regresi 0,366 menegaskan bahwa perbaikan aspek fasilitas secara efektif mendorong penguatan loyalitas tamu.

Fasilitas merupakan salah satu aspek yang secara langsung dirasakan oleh tamu selama menginap. Ketersediaan fasilitas yang lengkap, kondisi fasilitas yang terawat, kenyamanan kamar, serta fasilitas pendukung lainnya dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan selama menggunakan layanan hotel (Moha & Loindong, 2016)Widyaningrum, 2020). Apabila fasilitas yang disediakan mampu memenuhi kebutuhan dan harapan tamu, maka kecenderungan untuk kembali menginap dan menggunakan layanan hotel akan semakin meningkat (Victor et al., 2024).

Tjiptono (2014) menyatakan bahwa fasilitas merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Hasil penelitian ini sejalan dengan pandangan tersebut. Selain itu, penelitian ini juga diperkuat oleh temuan Widyaningrum (2020), Somantri et al. (2024), dan Yusuf & Octafian (2024) yang menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dalam industri perhotelan.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Baitanu et al. (2025) pada Natuna Dive Resort yang menemukan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap minat berkunjung ulang tamu resort. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas fasilitas merupakan bagian penting dari pengalaman menginap yang dapat mendorong keinginan tamu untuk kembali menggunakan layanan hotel.

Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan (*Front office*) dan Fasilitas terhadap Loyalitas Tamu

Analisis uji simultan membuktikan pengaruh signifikan antara mutu pelayanan *front office* dan sarana fasilitas Sabda Alam Hotel & Resort terhadap loyalitas tamu. Perolehan skor F hitung 313,075 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ mendasari penerimaan hipotesis ketiga dalam penelitian ini. Data Adjusted R Square senilai 0,818 menunjukkan bahwa

variabel fasilitas serta kualitas servis *front office* merepresentasikan 81,8% loyalitas pengunjung; sementara itu, faktor-faktor lain di luar batasan riset ini memengaruhi sisa proporsi sebesar 18,2%.

Hasil studi ini mengungkapkan bahwa loyalitas tamu bukan merupakan hasil dari satu faktor saja, melainkan merupakan akumulasi dari kombinasi antara kualitas layanan yang dirasakan dan ketersediaan fasilitas yang selama masa menginap. Layanan yang baik mendorong interaksi positif antara tamu dan hotel, sedangkan fasilitas yang memadai meningkatkan kenyamanan tamu. Kombinasi kedua faktor tersebut mampu menghasilkan pengalaman pelanggan yang lebih baik dan berkontribusi pada pembentukan loyalitas pelanggan (Patel et al., 2018; Abdullah et al., 2022).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Baitanu et al. (2025) pada Natuna Dive Resort yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang tamu resort. Namun demikian, penelitian tersebut menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan fasilitas. Berbeda dengan hasil tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan *front office* dan fasilitas relatif berimbang dengan koefisien regresi masing-masing sebesar 0,393 dan 0,366. Perbedaan tersebut diduga berkaitan dengan karakteristik Sabda Alam Hotel & Resort sebagai resort keluarga yang menawarkan kombinasi layanan dan fasilitas rekreasi sebagai bagian utama dari pengalaman menginap tamu. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dan fasilitas sama-sama menjadi faktor penting dalam membentuk loyalitas tamu.

Hasil penelitian ini selaras juga dengan penelitian Patel et al. (2018) yang menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan terbentuk melalui akumulasi pengalaman positif yang dirasakan selama menggunakan layanan. Penelitian Abdullah et al. (2022) Peneliti tersebut menegaskan bahwa mutu pelayanan dan impresi konsumen merupakan instrumen vital untuk memperkuat loyalitas pelanggan pada sektor perhotelan. Maka dari itu, penguatan standar servis kantor depan melalui penyediaan sarana yang lengkap menjadi strategi jitu dalam menjaga kesetiaan pengunjung di Sabda Alam Hotel & Resort.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan *front office* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas tamu di Sabda Alam Hotel & Resort, yang menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka

semakin tinggi loyalitas tamu. Selain itu, fasilitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas tamu, sehingga ketersediaan fasilitas yang lengkap, nyaman, dan sesuai kebutuhan mampu mendorong tamu untuk melakukan kunjungan ulang serta merekomendasikan hotel kepada orang lain. Secara simultan, kualitas pelayanan *front office* dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas tamu, yang mengindikasikan bahwa loyalitas tamu tidak hanya dibentuk oleh kualitas interaksi pelayanan, tetapi juga oleh pengalaman yang diperoleh melalui fasilitas yang tersedia selama menginap di Sabda Alam Hotel & Resort.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pihak Sabda Alam Hotel & Resort disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan *front office* melalui briefing rutin, pelatihan pelayanan, serta evaluasi kinerja secara berkala agar konsistensi pelayanan tetap terjaga. Selain itu, hotel perlu melakukan pemeliharaan dan evaluasi fasilitas secara berkelanjutan untuk memastikan kenyamanan dan kepuasan tamu selama menginap. Berdasarkan karakteristik responden, frekuensi menginap tamu masih didominasi oleh tamu yang menginap 1–2 kali sebesar 84,3%, sehingga hotel perlu mempertimbangkan pengembangan program loyalitas pelanggan seperti *membership card*, *point reward*, *discount for next stay*, atau penawaran khusus bagi tamu yang melakukan kunjungan ulang. Program tersebut diharapkan dapat meningkatkan jumlah repeater guest serta memperkuat loyalitas tamu terhadap Sabda Alam Hotel & Resort.

Penelitian di masa mendatang disarankan untuk memasukkan variabel lain yang dapat memengaruhi loyalitas tamu, seperti kepuasan pelanggan, citra hotel, pengalaman, kepercayaan pelanggan, dan nilai yang dirasakan. Penelitian di masa mendatang juga dapat mencakup subjek penelitian lain atau memperluas ukuran sampel untuk memastikan bahwa hasilnya memiliki jangkauan yang lebih luas dan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas tamu.

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, O., Sufi, T., & Kumar, S. (2022). Service Quality and its Influence on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Restaurants of Five-Star Hotels. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 11(December), 2173–2189. <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720.349>
- Adiatma, D., & Rukma, D. F. S. (2025). Green Tourism Implementation Strategy in Ecotourism Development in Garut Regency. *International Journal of Green Tourism Research and Applications*, 7(2), 109–126. <https://doi.org/10.31940/ijogtra.v7i2.109->

- Al-Shidhani, S. S., & Tumati, R. (2021). The impact of service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in Luxury Hotels in Muscat. *International Journal of Management Sciences and Business Research*, 8(8), 57–67.
- Alana, P. R., & Putro, T. A. (2019). *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek*. 180–194.
<https://books.google.co.id/books?id=6esNEQAAQBAJ&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Anderson, M. (2025). *Understanding the Impact of Service Quality on Customer Loyalty in the Hospitality Industry*. 0–17. <https://doi.org/10.20944/preprints202501.0082.v1>
- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2021). *Pengaruh Harga , Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pembelian rumah di GRAND NUSA INDAH blok j , cileungsi pada PT . Kentanix Supra Internasional)*. 4(3), 243–252.
- Apuke, O. D. (2017). Quantitative Research Methods A Synopsis Approach. *Arabian Journal of Business and Management Review (Kuwait Chapter)*, 6(10), 40–47. <https://doi.org/10.12816/0040336>
- Baitanu, F., Sihite, H. Y., Rahayu, I., & Junianda, A. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Ulang melalui Kepuasan Konsumen yang Menginap di Natuna Dive Resort, Kepulauan Riau. *TOBA (Journal of Tourism, Hospitality and Destinantion)*, 4(2), 158–165. <https://doi.org/10.55123/toba.v4i2.5838>
- Budiarta, S. I., & Fachira, I. (2017). *Customer Loyalty: The Effects Of Service Loyalty And The Mediating Role Of Customer Satisfaction Study Case: PT Sabda Alam Hotel*. 6(2), 250–261.
- Clara, B., Margaretha, F., Wirawan, S. E., & Wowor, W. (2022). The Influence of Service Quality Toward Customer Loyalty at Five-star Hotel in Bali. *International Journal of Social and Management Studies*, 3(2), 175–186. <https://doi.org/https://doi.org/10.5555/ijosmas.v3i2.145>
- Farisya, G., Murwenie, I., & Avrianto, A. (2025). Dilema Modernitas : Komodifikasi Seni Ketangkasan Domba dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Desa Rancabango, Garut. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(4), 1064–1076. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v4i4.5934>
- Hair, J., Balck, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis*.
- Hakim, A., Nurhayati, A., & Sukmawati, N. (2024). *The Effect of Service Quality and Consumer Satisfaction on Customer Loyalty* 2759. 12(6), 2759–2770. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i6.3221>
- Hussain, A., Li, M., Kanwel, S., Asif, M., Jameel, A., & Hwang, J. (2023). Impact of Tourism Satisfaction and Service Quality on Destination Loyalty: A Structural Equation Modeling Approach concerning China Resort Hotels. *Sustainability (Switzerland)*, 15(9). <https://doi.org/10.3390/su15097713>
- Hutagalung, D. A., Ariani, N., & Entas, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Tamu Melalui Kepuasan Tamu (Studi Kasus di Favehotel Gatot Subroto Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 13(1), 94–111.

- <https://doi.org/doi.org/10.21009/JRMSI.013.1.06>
- Jasinskas, E., Streimikiene, D., Svagzdiene, B., & Simanavicius, A. (2016). Impact of hotel service quality on the loyalty of customers. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 29(1), 1–14. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2016.1177465>
- Jumlah Akomodasi (Hotel dan Penginapan) di Kabupaten Garut. (2024). Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan. <https://satudata.garutkab.go.id/en/datasets/jumlah-akomodasi-hotel-dan-penginapan-di-kabupaten-garut-4463>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management*.
- Liat, C. B., & Chiau, L. K. (2015). *Antecedents of Customer Loyalty in the Malaysian Hotel Industry*. 2020(8), 97–109.
- Lund, T. (2022). Research Problems and Hypotheses in Empirical. *Scandinavian Journal of Educational*, 3831. <https://doi.org/10.1080/00313831.2021.1982765>
- Meitasari, C. E., Indrawati, L., & Putra, S. S. (2024). Pengaruh Kontribusi Pajak Hotel dan Pajak Restoran terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Garut Tahun 2017-2021 (Studi Kasus di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Garut). *Indonesian Accounting Research Journal*, 4(2), 134–142.
- Meshack, H. E., & Prusty, S. (2021). Service Quality, Satisfaction and Loyalty of Customers in Hotels: The Case of Northern Tanzania. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 10(4), 1430–1451. <https://doi.org/https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720-171>
- Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 4(1), 575–584.
- Nazarian, A., Shabankareh, M., Ranjbaran, A., & Atkinson, P. (2024). Determinants of Intention to Revisit in Hospitality Industry: A Cross-Cultural Study Based on Globe Project Determinants of Intention to Revisit in Hospitality Industry: A Cross-Cultural Study Based on Globe Project. *Journal of International Consumer Marketing*, 36(1), 62–79. <https://doi.org/10.1080/08961530.2023.2192537>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. 64.
- Patel, J. M., Senjaliya, B. H., & Aggarwal, M. P. (2018). *Reimaging Loyalty: Perception and Future of Guest Retention*.
- Perkembangan Wisatawan Nusantara dan Tingkat Penghunian Kamar Hotel di Kabupaten Garut, Februari 2026. (2026). Badan Pusat Statistik.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Andi.
- Sigarlaki, N. C., Walasendow, A., & Sondakh, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Room Attendant Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Sintesa Peninsula Manado. *Jurnal Hospitaliti*, 139–146.
- Sileyew, K. J. (2019). *Research Design and Methodology*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5772/intechopen.85731>
- Sokeh, M. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Mediasi (Studi pada PT . Bank Jatim Cabang Kota Batu). *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(4), 83–105.

<https://doi.org/https://doi.org/10.59024/jumek.v2i4.469>

- Somantri, D., Hendrajaya, Aprilliyani, R., & Prabowo, B. A. (2024). Pengaruh Fasilitas Hotel terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus Hotel Bintang Dua. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 7(1), 159–165. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i1.79112>
- Sudrajad, M. C. H., & Suja'i, I. S. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Warkop Sawah Kopi Desa Tanjungsari Boyolangu Tulungagung*. 1(3).
- Susnita, T. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Hotel Libra Kadipaten Kabupaten Majalengka. *Jurnal Insitusi Politeknik Ganesha Medan*, 3. <https://doi.org/10.33395/juripol.v3i1.10485>
- Victor, Agusman, & Carolyn, C. (2024). *Analysis of the Effect of Diversity of Facilities and Business Locations in Increasing Consumer Interest in the Multibeauty . id Medan*. 3(2), 17–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/ijemr.v3i2.202>
- Wibowo, S. (2011). *Pengaruh Tingkat Keamanan dan Kualitas Layanan Terhadap Kinerja Keuangan Hotel (Studi Kasus Laporan Keuangan Hotel Kampung Sampireun, Hotel Sabda Alam, Hotel Sumber Alam, Hotel Tirta Gangga dan Hotel Danau Dariza di Kabupaten Garut Provinsi Jawa Barat)*.
- Widyaningrum, I. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat. *Jurnal STEI Ekonomi*, 1–22.
- Wulandari, N. K., & Sadjuni, N. L. G. S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Front office Department Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Sheraton Bali Kuta Resort). *Jurnal Riset Bisnis*, 8(1), 141–155.
- Yusuf, F., & Octafian, R. (2024). Impak Kualitas Layanan , Fasilitas , Promosi , Dan Religiusitas Pada Keputusan Menginap Di Hotel Grasia Syariah. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 3853–3862.