

# Kualitas Makanan dan Pelayanan Berdasarkan Persepsi Kepuasan Pelangga di Restoran Kangen Boutique Hotel Yogyakarta

## *Food Quality And Service Based On Customer Satisfaction Perceptions at The Kangen Boutique Hotel Restaurant*

Amanah<sup>a</sup>

(Program Studi Perhotelan, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahakarya Asia)

Adesty Lasally, S.S., M.Sc<sup>b</sup>

(Program Studi Perhotelan, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahakarya Asia)

Erlina Daru Kuntari, S.E., M.Sc<sup>c</sup>

(Program Studi Perhotelan, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahakarya Asia)

---

### ARTICLES INFORMATION

#### EBBANK

Vol. 13, No. 1, Juni 2023

Halaman : 91 - 98

© LP3M STIEBBANK

ISSN (online) : 2442 - 4439

ISSN (print) : 2087 - 1406

#### Keywords :

*Kangen Boutique Hotel,  
Restaurant, Food Quality,  
Service Quality*

#### JEL classifications:

Gxx Bxx Cxx

(maksimal tiga golongan, rujukan  
penggolongan dapat dilihat pada  
<https://www.aeaweb.org/econlit/jelCodes.php?view=jel>)

#### Contact Author :

<sup>a</sup>[ahl05831@email1.com](mailto:ahl05831@email1.com),

<sup>b</sup>[adesty.lasally@email.com](mailto:adesty.lasally@email.com),

<sup>c</sup>[darukuntari@email.com](mailto:darukuntari@email.com).

---

### ABSTRACT

Topik yang diteliti penulis adalah kualitas makanan dan kualitas pelayanan yang berjudul, “ Kualitas Makanan Dan Pelayanan Berdasarkan Persepsi Kepuasan Pelanggan Di Restoran Kangen Boutique Hotel “. Dimana tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan dan pelayanan di restoran Kangen Boutique Hotel Yogyakarta. Indikator yang digunakan adalah kualitas makanan yang meliputi *sensory factory* dan *hidden factory*, serta kualitas pelayanan meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*. Jenis penelitian dengan deskriptif kualitatif, dimana pengambilan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan kuisioner. Menentukan sampel dengan rumus Slovin sebanyak 88 responden. Teknik analisis data dipaparkan dalam bentuk teks naratif dan tabel. Hasil pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa dari 88 responden pelanggan didominasi oleh pelanggan perempuan sebanyak 61%, umur 41-55 sebanyak 30%, dan wiraswasta sebanyak 35%. Sebanyak 43 pelanggan dari 88 responden sangat puas dengan kualitas makanan dan 52 pelanggan sangat puas dengan kualitas pelayanan di restoran Kangen Boutique Hotel Yogyakarta. Saran untuk bagian *food and beverage product*, dalam mengolah bahan masakan diharapkan lebih teliti lagi, dikarenakan makanan yang akan disajikan kepada tamu harus bersih dan nikmat.

---

### PENDAHULUAN

Semakin dewasa, industri yang ada di Indonesia semakin berkembang pesat, salah satunya industri perhotelan. Industri yang bergerak dibidang jasa ini semakin berkembang setiap tahunnya. Banyaknya wisatawan yang berkunjung ke berbagai tempat wisata membuat akomodasi penginapan semakin berperan penting, tidak hanya bagi wisatawan dalam negeri saja, melainkan wisatawan mancanegara.

Menurut Mulyani (2014) kualitas makanan merupakan gabungan dari keseluruhan sifat khas yang ada pada makanan. Kualitas makanan ini mempunyai pengaruh yang sangat penting dalam penerimaan konsumen terhadap makanan yang disajikan tersebut. Yang mana faktor yang sangat berpengaruh dalam makanan secara umum ada 2, yaitu *sensory factory* dan *hidden factory*. Saat ini, industri

dibidang jasa harus menerapkan pelayanan yang baik dan berkualitas bagi konsumennya. Hal ini menjadi salah satu syarat yang sangat mempengaruhi kemajuan industri jasa, yang mana kualitas pelayanan ini harus meningkat secara terus menerus. Kualitas pelayanan diartikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan dan keistimewaan suatu produk secara menyeluruh. Dengan demikian, kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen yang dengan nyata mereka terima (Zeithaml *et al*, 1998). Menurut Tjiptono (2006) mengatakan bahwa kualitas pelayanan terdapat 5, yaitu *reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible*. Mengingat pentingnya kualitas makanan dan pelayanan dalam menarik pelanggan untuk berkunjung di restoran Kangen Boutique Hotel, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan dan pelayanan terhadap kepuasan tamu di restoran Kangen Boutique Hotel.

Pengertian hotel menurut Sulastyono (2006 : 5) hotel adalah sebuah perusahaan yang diolah oleh pemiliknya dengan menyediakan makanan, minuman, dan pelayanan lainnya. Hotel ini biasanya diperuntukkan orang yang sedang melakukan perjalanan, yang mana mampu membayar sesuai dengan ketentuan diawal dengan pihak hotel tersebut. Sedangkan Menurut Tarmoezi (2000) penentuan jenis hotel tidak lepas dari kebutuhan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat dari lokasi, plan, tujuan, dan bintang.

Adapun departemen yang memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing dalam mengelola hotel dan memberikan pelayanan kepada tamu baik yang menginap maupun yang hanya berkunjung ke restoran hotel atau melakukan kegiatan, sebagai berikut :

1. *Front Office Department Front Desk Agent (FDA)*  
Tugasnya adalah untuk melayani tamu *check-in* dan *check-out*, bertransaksi, serta memberikan informasi kepada tamu, *Telephone Operator* tugas dari *Telephone Operator* atau *Call Center* adalah untuk menerima telepon hotel baik dari tamu yang sedang menginap maupun tamu yang ingin melakukan reservasi kamar, *Concierge* adalah menerima barang yang ditiitikan tamu, mencatat semua barang yang telah tersimpan maupun yang telah diambil oleh pemilknya, menyambut dan membukakan pintu untuk tamu, dan *Guest Retation Officer (GRO)* bisa dikatan tanggung jawab dan peran *Guest Retation Officer* ini cukup eksklusif.
2. *Housekeeping Department Room Section*  
*Section* ini adalah membersihkan dan merapikan ruangan atau kamar setelah tamu *check-out*, *Public Area Section* bertanggung jawab atas pemeliharaan dan pelayanan di *public area* seperti *lobby*, kolam renang, *gym*, dan fasilitas umum lainnya, *Laundry Section* bertugas untuk mencuci, menyetrika dan melipat semua *Linen* yang digunakan di hotel, dan *Gardener Section* bertanggung jawab atas kesegaran dan keindahan buket dan rangkaian bunga yang diletakkan di ruangan-ruangan hotel.
3. *Food and Beverage Service*  
Memeriksa semua peralatan dan *furniture* di lokasi untuk persyaratan dan perawatannya, Membersihkan semua peralatan makan dan memastikannya semua dalam kondisi siap digunakan untuk melayani tamu, Mengutamakan kepuasan tamu, Mengatasi keluhan tamu dan memastikan kepuasan tamu menjadi hal yang utama.
4. *Food and Beverage Product*  
Mengolah bahan makanan mentah menjadi makanan yang siap disajikan pada tamu, Mulai dari menu *appetizer, soup, main course*, serta *dessert*, Membuat dan mengolah bahan makanan menjadi masakan yang lezat dan memiliki cita rasa yang khas, dan Bertanggung jawab atas minuman dan makanan yang sudah dibuat apakah sudah memenuhi syarat bagi kesehatan.

---

Engineering Department

Melindungi biaya investasi, guna mencegah terjadi kerugian bagi pemegang saham perusahaan (*owner*), Memaksimalkan pelayanan hotel dengan mendukung hotel dan memastikan segala sesuatunya dapat berjalan lancar hingga kepuasan tamu bisa maksimal, dan Mengatur segala sesuatunya agar berjalan dengan efektif dan efisien.

Security

Memastikan bahwa setiap tamu hotel yang datang dengan bersikap ramah dan memberikan salam santun, Selalu memastikan kenyamanan tamu hotel, Memastikan bahwa setiap tamu hotel yang datang selalu merasa aman dan nyaman, Menanggapi setiap pertanyaan dari tamu hotel.

Menurut Mulyani (2014) kualitas makanan merupakan gabungan dari keseluruhan sifat khas yang ada pada makanan, terdapat 2 yaitu *sensory factory* dan *hidden factory*. Dimana *sensory factory* merupakan faktor yang umum tercatat pada indera perasa manusia, seperti manis, asin, asam, dan pahit. Sedangkan *hidden factory* adalah faktor yang tersembunyi dan tidak terduga penyebabnya.

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2006) mengatakan bahwa dalam kualitas pelayanan di suatu perusahaan jasa ini memiliki lima (5) dimensi pelayanannya, yaitu sebagai berikut:

1. *Reliability*  
Kehandalan sangatlah penting dalam melaksanakan jasa yang disajikan agar terlaksana dengan cepat, tanggap, dan sigap.
2. *Responsiveness*  
Responsif yang diinginkan selalu ada dalam membantu memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan.
3. *Assurance*  
Keyakinan akan pengetahuan dan *attitude* para karyawan, serta rasa percaya diri yang tumbuh dan berkembang dengan baik dalam memberikan pelayanan di perusahaan jasa tersebut.
4. *Empathy*  
Empati dalam melakukan hubungan yang baik, komunikasi dan perhatian pribadi, serta memahami kebutuhan setiap pelanggannya.
5. *Tangible*  
Berpenampilan fisik yang baik, peralatan, personil, serta media yang mudah dijangkau para karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Persepsi merupakan suatu pilihan, yang mana pihak konsumen memilih, mengatur, serta menilai suatu hal yang difokuskan dengan menggunakan logika dan pemikiran masing-masing konsumen (Kotler, 2008). Sedangkan kepuasan menurut Kotler (2006:177) bahwa kepuasan merupakan perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil suatu produk apakah sesuai dengan ekspektasinya atau tidak. Yang mana hal itu menentukan puas atau tidaknya seorang pelanggan dengan restoran itu sendiri dan yang menentukan apakah pelanggan tersebut akan kembali lagi atau tidak.

Pengertian pelanggan menurut Gasperz (2004:101) mengatakan bahwa jenis dan sifat pelanggan sangatlah bervariasi, yaitu sebagai berikut :

1. Pelanggan pria

Dalam memilih benda tidak bertele-tele. Terkadang yang sering dialami pelanggan pria adalah gampang terpengaruh oleh para petugas dan gampang terpengaruh argumentasi yang obyektif.

2. Pelanggan wanita

Lebih selektif dalam memilih suatu barang. Tidak hanya itu saja, melainkan selalu menawar harga barang yang sesuai dengan keinginannya.

3. Pelanggan remaja

Pelanggan remaja ini sangatlah gampang terpengaruh oleh bujukan-bujukan petugas dan juga siaran iklan yang beredar, sehingga menyebabkan mereka menjadi lebih boros saat berbelanja.

4. Pelanggan umur lanjut

Pelanggan ini sangat susah terbawa rayu oleh petugas dikarenakan lebih paham dan mengerti bagaimana situasi dan kondisi tersebut. Sehingga sangat mudah sekali dalam mengendalikan diri dalam berbelanja.

5. Pelanggan anak-anak

Pelanggan yang satu ini biasanya masih suka bermain-main dan keinginannya yang suka berubah. Oleh sebab itu, mengapa anak-anak harus selalu didampingi oleh orang dewasa saat berbelanja.

6. Pelanggan pasangan

Pasangan yang berbelanja harus selalu berkomunikasi satu sama lain, dikarenakan hal ini tentang dua orang yang sedang berkaitan.

7. Pelanggan pendiam

Pelanggan ini cenderung pendiam dan selektif dalam memilih. Pelanggan jenis ini memilih dengan hati dan yakin akan suatu barang yang ingin dibelinya.

8. Pelanggan yang suka berbicara

Pelanggan ini sangatlah ramah dan aktif berinteraksi dengan petugas. Hal ini membuat suasana menjadi santai dan nyaman dalam bertukar informasi dengan petugas.

9. Pelanggan yang gugup

Pelanggan yang satu ini terlihat seperti ketakutan saat memilih barang yang membuatnya bingung. Hal itu lah yang membuat pelanggan ini menjadi gugup saat berinteraksi dengan petugas.

10. Pelanggan yang ragu-ragu

Terlihat ragu akan barang yang akan dipilihnya.

11. Pelanggan pembantah

Pelanggan jenis ini bersifat seenaknya terhadap petugas, yang membuat argumennya selalu kuat dalam debat dengan petugas.

## METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, karena penelitian ini direncanakan untuk mendeskripsikan serta menggambarkan fenomena yang ada, guna memperoleh data yang lebih spesifik. Selain itu, penelitian deskriptif kualitatif ini tidak memberikan perlakuan, manipulasi data yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan dengan cara kuisioner (Sukmadinata, 2011:73).

Populasi dalam penelitian ini ditulis menggunakan jumlah total pelanggan dalam sepekan saat *breakfast*. Populasi sangat berguna dalam menentukan seberapa banyak sampel yang harus didapat untuk tunjangan data. Jumlah populasi pelanggan yang siap disebar kuisioner berjumlah 734 orang dengan rentan waktu berkunjung hanya saat *weekend* ( Jum'at, Sabtu, Minggu) pada 6 – 29 Oktober 2022.

Dalam pengambilan data sampel, penulis menggunakan pengambilan teknik *Slovin*. Hal ini menjadikan tidak harus meneliti keseluruhan dari populasi tersebut. Penilaian responden terhadap hasil suatu produk makanan dan pelayanan di restoran Kangen Boutique Hotel sangatlah berpengaruh terhadap kemajuan hotel tersebut. Dimana teknik pengambilan sampel ini dijadikan sebagai acuan bahan data dalam menyelesaikan masalah yang ada didalam penulisan ini. Dengan menggunakan rumus *Slovin*, dapat ditentukan jumlah minimal sampel yang harus dihitung, yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Jadi :  $n = 88,009 = 88n = \text{Jumlah Sampel}$

N = Jumlah Total Populasi

e = Batas Toleransi Error ( 10% )

Diketahui : N = 734

E = 0,01

Dari penggunaan rumus diatas, diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 88 responden dari jumlah pelanggan yang berkunjung saat *breakfast* dari 6 – 29 Oktober selama *weekend* ( Jum'at, Sabtu, Minggu).

Teknik dalam menganalisis penelitian ini adalah dengan tiga (3) cara, yaitu dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan data kesimpulan (Miles & Huberman, 1992:16). Dari teori diatas, penulis menggunakan tiga (3) alur penyelesaian dalam analisis data. Pertama, penulis mengumpulkan data dengan melakukan observasi terhadap responden dan wawancara mendalam kepada narasumber secara langsung. Kemudian, penulis menyajikan data dalam bentuk tabel beserta lampiran hasil wawancara dan sebar kuisisioner. Setelah itu, penulis menarik data kesimpulan dari hasil pengumpulan dan penjabaran data yang ada.

Penyajian data dilakukan untuk menganalisis masalah agar mudah dicari pemecahannya. Dimana penyajian data dilakukan untuk mempermudah dalam melihat data dalam bentuk tabel beserta penjabarannya (Rasyad, 2002). Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian kualitatif dari hasil observasi, wawancara dan kuisisioner dengan bentuk teks naratif dan juga tabel data.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini merupakan penelitian obyek yang alamiah. Dimana peniliti sebagai instrumen kunci, yang hasilnya lebih menekankan pada makna yang diambil (Sugiyono, 2011). Dalam hal ini, jenis penelitian kualitatif yang digunakan peneliti ialah berupa observasi terhadap responden dan pelayanan karyawan, wawancara secara *one to one* kepada *chef* sebagai narasumber, serta kuisisioner terhadap pelanggan sebagai responden saat *breakfast* berlangsung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kualitas Makanan dan Pelayanan Berdasarkan Persepsi Kepuasan Pelanggan di Restoran Kangen Boutique Hotel

Penulis menggunakan 2 macam faktor menurut Mulyani (2014) kualitas makanan merupakan gabungan dari keseluruhan sifat khas yang ada pada makanan, terdapat 2 yaitu *sensory factory* dan *hidden factory*. Dimana *sensory factory* merupakan faktor yang umum tercatat pada indera perasa

manusia, seperti manis, asin, asam, dan pahit. Sedangkan *hidden factory* adalah faktor yang tersembunyi dan tidak terduga penyebabnya. Berikut dibahas pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.4 Jumlah Hasil Skor Keseluruhan Kualitas Makanan**

| No.          | INDIKATOR                      | SKOR       |            |           |
|--------------|--------------------------------|------------|------------|-----------|
|              |                                | 1          | 2          | 3         |
| 1,           | Kepuasan Kualitas Makanan      | 16         | 29         | 43        |
| A)           | <i>Sensory Factory</i>         |            |            |           |
|              | Gurih                          | 15         | 58         | 15        |
|              | Manis                          | 26         | 47         | 15        |
|              | Asam                           | 79         | 9          | 0         |
|              | Pahit                          | 80         | 3          | 5         |
| B)           | <i>Hidden Factory</i>          |            |            |           |
|              | Terdapat hewan didalam makanan | 82         | 6          | 0         |
| <b>TOTAL</b> |                                | <b>298</b> | <b>152</b> | <b>78</b> |

Sumber : Olahan Penulis, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, analisis yang dilakukan peneliti mengetahui bahwa, jika dilihat dari kualitas makanannya, pelanggan menilai bahwa makanan di restoran Kangen Boutique Hotel memiliki kualitas yang tinggi. Hal tersebut diketahui dari jumlah total skor tertinggi berada pada angka 43. Selain itu, dari jumlah total 88 responden, 49 % mengatakan bahwa kualitas makanan sangat memuaskan dan 18% lainnya mengatakan bahwa kualitas makanan kurang memuaskan dengan berbagai alasan tertentu.

Berdasarkan hasil analisis peneliti terhadap *sensory factory* dan *hidden factory* pada makanan, survei membuktikan bahwa makanan di restoran Kangen Boutique Hotel memiliki standar yang tinggi. Dengan kemungkinan 70% pelanggan akan kembali ke restoran Kangen Boutique Hotel untuk menikmati makanannya saja, atau bahkan lengkap dengan paket penginapan di Kangen Boutique Hotel tersebut.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, peneliti mengetahui bahwa pelayanan di restoran Kangen Boutique Hotel memiliki kualitas yang tinggi. Berikut data dapat dilihat pada tabel 4.9 dibawah ini :

**Tabel 4.9 Jumlah Hasil Skor Kualitas Pelayanan**

| NO.          | INDIKATOR                                  | SKOR     |            |            |
|--------------|--------------------------------------------|----------|------------|------------|
|              |                                            | 1        | 2          | 3          |
| 1.           | Kepuasan Kualitas Pelayanan                | 3        | 33         | 52         |
|              | <i>Reliability</i> (Cepat, tanggap, sigap) | 1        | 42         | 45         |
|              | <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)       | 3        | 37         | 48         |
|              | <i>Assurance</i> (Jaminan)                 | 1        | 28         | 59         |
|              | <i>Empathy</i>                             | 1        | 32         | 55         |
|              | <i>Tangible</i> (Nyata)                    | 0        | 30         | 58         |
| <b>TOTAL</b> |                                            | <b>9</b> | <b>202</b> | <b>317</b> |

Sumber : Olahan Penulis, 2022

Pada tabel 4.9 diatas, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di restoran Kangen Boutique Hotel memiliki pelayanan yang sangat baik, dengan jumlah persentase 60 %. Hal ini ditunjukkan dengan *reliability* pada karyawan terhadap pelanggan cenderung sangat puas dengan angka persentase 51%. Sedangkan sikap *responsiveness* atau daya tanggap karyawan terhadap pelanggan juga mencaapai penilaian sangat puas dengan persentase 54% dari jumlah 88 responden. Tidak hanya itu, *assurance* atau jaminan akan pengetahuan, keamanan, dan kenyamanan diberikan sepenuhnya kepada setiap pelanggan yang datang dan makan di restoran Kangen Boutique Hotel.

Tidak terlupa juga, empati dan pelayanan yang *tangible* atau nyata diberikan karyawan kepada semua pelanggannya. Terlepas dari penilaian kepuasan pelanggan terhadap pelayanan, bahwa penilaian sangat puas memiliki daya dan sifat peduli yang cukup besar. Sedangkan penilaian pelanggan yang hanya cukup puas, memiliki sifat yang tidak terlalu peduli dengan pelayanan atau lingkungan di sekitar tersebut.

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap persepsi kepuasan pelanggan di restoran Kangen Boutique Hotel, dari total 88 responden sebanyak 49% pelanggan merasa sangat puas dengan kualitas makanan yang disajikan. Tidak hanya itu, melainkan juga merasa sangat puas pada kualitas pelayanan yang mencapai 60%. Hal ini membuktikan bahwa kualitas dari restoran Kangen Boutique Hotel sangatlah bagus. Dengan hasil wawancara dan kuisioner menunjukkan bahwa pelanggan sanga puas dengan cita rasa makanan yang gurih, manis, tidak asam, tidak pahit, dan bebas dari kuman atau kotoran.

Sedangkan disisi lain, dari jumlah 88 responden sebnyak 7% merasa kurang puas dari segi kebersihan makanan. Masih ditemukannya sehelai rambut dan ulat kecil pada sayur. Dengan pelayanan yang terbatas, penulis menyebar kuisioner kepada 88 responden, dengan mendapatkan hasil bahwa nilai kepuasan pelanggan itu tergantung dengan selera tiap individu. Salah satu hasil kuisioner, dengan nilai tertinggi, yaitu 30 tamu merasa sangat puas dengan kualitas dan kuantitas, meskipun ada 1 point rasa yang tidak disukai pelanggan tersebut.

Penelitian ini dilakukan kepada pelanggan yang berumur 18 tahun keatas, karena dengan batas umur tersebut seseorang sudah dapat menentukan dan memberikan aspirasi tentang apa yang dirasakannya.

## Saran

Dalam memproduksi makanan, pihak food and beverage product harus lebih hati-hati dalam memproses sayur dan buah. Dikarenakan sayur dan buah sangat segar dan subur, belum tentu bersih dan hygiene dari kotoran dan kuman. Maka dari itu, sebelum merebus sayur diharapkan untuk mencucinya terlebih dahulu. Begitupun dengan suasana restoran yang tidak selalu ramai dan tidak besar, maka dari itu pihak *marketing* harus selalu membuat *marketing* pemasaran dengan baik dan menarik. Sehingga pelanggan dapat tertarik dengan promosi yang diberikan dan penasaran untuk mencoba makanan yang ada di restoran Kangen Boutique Hotel. Sehingga terdapat potensi suka terhadap makanan dan pelayanan yang ada di restoran Kangen Boutique Hotel tersebut dengan datang kembali ke restoran tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ceicdata. 2020. "Pendapatan Pariwisata Indonesia Tahun 2009-2020", <https://www.ceicdata.com/id/indicator/indonesia/tourism-revenue>, diakses pada 10 Juni 2022 pukul 15.30.
- Anggita, D., Wardhani, A., & Danusatro, Y. (2016). Penilaian Aspek Green Hotel Kelas Menengah. *Jurusan Arsitektur Universitas Pancasila* , 21 - 23.
- Aprisia, G., & Mayliza, R. (2017). Pengaruh Citra Perusahaan Corporate Image dan Penanganan Keluhan ( Complaint Handling ) Terhadap Loyalitas Pelanggan Loyalty Natasha Skincare di Kota Padang. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi* .
- Haml, Z., & Bitner. (2003). Pengaruh Service Quality dan Customer Saticfaction Terhadap Customer Loyalty. *Universitas Indonusa Esa Unggul* .
- Hertwig, D. S., Putri, I. A., & Pertiwi, P. R. (2017). Analisi Kepuasan Makanan Terhadap Wisatawan di W Sense Retaurant Watermark Hotel & Spa Bali. *Kepariwisata & Hospitalist* , 19 - 26.
- Liliani, P. (2020). Analisi Pengaruh Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pda Behavioral Intention Restoran Top Yamie. *Bina Manajemen* , 8 No.2, 18 - 48.
- Purba, J. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Pangsa Pasar Perusahaan. *Dosen Universitas Simakungun* , 122 - 126.
- Retraningrum, M. (2001). Beach Resort Hotel di Pantai Jungwok Gunungkidul . 16 - 30.
- Sari, R. (2018). Pengaruh Cita Rasa, Harga, dan Tempat Terhadap Loyalitas Konsumen. *Fakultas Ekonomi Bisnis* , 4 No.2, 35 - 42.
- Griffin, Jill, 2003, Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan, Jakarta : Erlangga
- Ajim, Nanang. 2022. "Struktur Organisasi Hotel Besar Menengah dan Kecil", [www.mikirbae.com/2022/05/struktur-organisasi-hotel-besar.html?m=1](http://www.mikirbae.com/2022/05/struktur-organisasi-hotel-besar.html?m=1), diakses pada 15 Agustus 2022 pukul 19.07
- Slideplayer. 2008. "Hotel and Restaurant Management", <https://www.google.com/amp/s/slideplayer.com.amp/3985622/>, diakses pada 28 Agustus 2022 pukul 21.00
- Mardiastuti , A. 2022. "Mengenal Rumus Slovin, Kapan Digunakan dan Contoh Soal", <https://www.google.com/amp/s/www.derik.com/jabar/berita/d-6253944/mengenal-rumus-slovin-kapan-digunakan-dan-contoh-soal/amp>, diakses pada 14 September 08.50