

**PENGARUH PELAYANAN MICE  
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN  
STUDI KASUS : ASTRINDO TRAVEL JAKARTA**

**ARTIKEL ILMIAH**

Disiapkan sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata



Disusun Oleh :

Nama : Elvara Manopo

NIM : 2307660

Program Studi : Pariwisata

Jenjang : Strata Satu / S-1

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMBARRUKMO YOGYAKARTA**

**2024**

**PENGARUH PELAYANAN MICE  
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN  
STUDI KASUS : ASTRINDO TRAVEL JAKARTA**

Elvara Manopo

2307660

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan MICE terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Astrindo Travel Jakarta. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang melibatkan 100 responden yang telah menggunakan layanan MICE dalam periode pengumpulan data pada bulan Oktober 2024. Analisis data dilakukan menggunakan uji deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier sederhana, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan MICE memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t-hitung sebesar 24.904 yang lebih besar dari t-tabel 1.984 dan nilai signifikansi sebesar 0.000. Koefisien determinasi menunjukkan nilai  $R^2$  sebesar 0.864 yang berarti pelayanan MICE berkontribusi sebesar 86.4 persen terhadap kepuasan pelanggan. Di sisi lain, untuk loyalitas pelanggan, nilai t-hitung yang diperoleh adalah 9.238 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai  $R^2$  sebesar 0.465 yang berarti 46.5 persen variasi dalam loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh pelayanan MICE. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa pelayanan MICE berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan di Astrindo Travel Jakarta. Oleh karena itu, disarankan agar pengelola meningkatkan kualitas pelayanan dan terus beradaptasi dengan kebutuhan pelanggan.

Kata Kunci: pelayanan MICE, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, Astrindo Travel Jakarta.

**THE INFLUENCE OF MICE SERVICE ON  
CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY  
A CASE STUDY OF ASTRINDO TRAVEL JAKARTA**

Elvara Manopo

2307660

***ABSTRACT***

*This study aims to analyze the influence of MICE service on customer satisfaction and loyalty at Astrindo Travel Jakarta. The research adopts a quantitative approach with a survey method involving 100 respondents who utilized MICE services within the last six months. Data analysis is performed using descriptive tests, validity tests, reliability tests, classical assumption tests, simple linear regression, and t-tests. The results indicate that MICE service significantly influences customer satisfaction, with a t-value of 24.904, which is greater than the t-table value, and a significance level of 0.000. The coefficient of determination (R Square) shows a value of 0.864, indicating that MICE service contributes 86.4% to customer satisfaction, while 13.6% is influenced by other factors not examined in this study. For customer loyalty, the obtained t-value is 9.238, which also exceeds the t-table value, with a significance level of 0.000. The R Square value for this variable is 0.465, meaning that 46.5% of the variation in customer loyalty can be explained by MICE service, while 53.5% is affected by other factors. The conclusion of this study is that MICE service has a positive influence on customer satisfaction and loyalty at Astrindo Travel Jakarta.*

*Keywords: MICE service, customer satisfaction, customer loyalty, Astrindo Travel Jakarta.*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang**

Industri pariwisata terus berkembang pesat seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap perjalanan, baik untuk tujuan rekreasi maupun bisnis. Salah satu segmen pariwisata yang tumbuh signifikan adalah sektor MICE (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition). MICE menjadi bagian penting dalam sektor pariwisata, khususnya di kota-kota besar seperti Jakarta, yang kerap menjadi pusat kegiatan bisnis dan pertemuan internasional.

Kegiatan MICE memiliki dampak yang signifikan terhadap perekonomian lokal, karena melibatkan berbagai layanan seperti perhotelan, transportasi, akomodasi, dan penyediaan fasilitas acara (Christofle, 2023). Selain itu, perkembangan teknologi dan globalisasi telah memudahkan perusahaan untuk mengadakan acara skala besar, sehingga kebutuhan akan pelayanan MICE yang berkualitas juga semakin meningkat.

Di tengah meningkatnya permintaan terhadap kegiatan MICE, perusahaan jasa perjalanan dan penyedia layanan MICE harus memastikan bahwa mereka dapat memberikan pelayanan yang memuaskan. Pelayanan yang baik dalam kegiatan MICE tidak hanya mencakup aspek teknis penyelenggaraan acara, tetapi juga menyangkut kepuasan pelanggan secara keseluruhan, termasuk dalam hal kenyamanan, efisiensi, dan fleksibilitas (Citrawati, 2019)

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting dalam industri jasa, termasuk di sektor MICE. Pelanggan yang merasa puas dengan layanan yang diterima cenderung memiliki persepsi positif terhadap perusahaan, yang pada akhirnya berkontribusi pada loyalitas mereka (Kamal & Artanti, 2024). Loyalitas pelanggan sangat berharga bagi perusahaan, karena pelanggan yang loyal cenderung untuk terus menggunakan layanan yang sama di masa depan dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain.

Astrindo Travel Jakarta merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa perjalanan dan penyelenggaraan MICE. Perusahaan ini telah melayani berbagai jenis kegiatan MICE, baik skala nasional maupun internasional. Sebagai perusahaan yang beroperasi di lingkungan yang sangat kompetitif, Astrindo Travel perlu memastikan bahwa pelayanan MICE yang mereka berikan dapat memenuhi harapan pelanggan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas mereka.

Loyalitas pelanggan tidak hanya mencerminkan kepuasan yang dirasakan dari pelayanan yang diterima, tetapi juga mencakup dimensi kepercayaan dan komitmen pelanggan terhadap perusahaan (Supertini et al., 2020). Dalam konteks industri MICE, loyalitas pelanggan dapat terlihat dari penggunaan layanan berulang, kontrak jangka panjang, dan rekomendasi positif. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana kualitas pelayanan MICE di Astrindo Travel Jakarta berkontribusi pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Judul penelitian ini, "Pengaruh Pelayanan MICE terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Studi Kasus: Astrindo Travel Jakarta", diambil karena pelayanan MICE merupakan salah satu kunci utama dalam memastikan suksesnya suatu acara serta memengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai seberapa besar pengaruh pelayanan MICE terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, sehingga dapat menjadi dasar untuk pengambilan keputusan strategis di perusahaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara variabel-variabel yang terlibat, yaitu pelayanan MICE sebagai variabel independen, dan kepuasan serta loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memberikan hasil yang lebih objektif dan terukur, serta memungkinkan analisis statistik untuk menentukan tingkat pengaruh antar variabel.

Dengan menggunakan metode survei, penelitian ini akan mengumpulkan data dari pelanggan yang telah menggunakan layanan MICE di Astrindo Travel Jakarta. Data yang diperoleh kemudian akan dianalisis secara statistik untuk mengetahui sejauh mana pelayanan MICE berpengaruh terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Melalui analisis ini, diharapkan dapat ditemukan pola atau tren yang berguna dalam merumuskan strategi peningkatan pelayanan.

Kesimpulan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang aplikatif bagi Astrindo Travel dalam meningkatkan kualitas

layanan MICE mereka. Dengan pelayanan yang lebih baik, perusahaan dapat mempertahankan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas dan memperkuat posisi Astrindo Travel di pasar yang kompetitif.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut :

- 1) Apakah pelayanan MICE berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Astrindo Travel Jakarta?
- 2) Apakah pelayanan MICE berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Astrindo Travel Jakarta?

## **1.3. Tujuan Penulisan**

- 1) Menganalisis apakah pelayanan MICE berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Astrindo Travel Jakarta
- 2) Menganalisis apakah pelayanan MICE berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Astrindo Travel Jakarta

## **1.4. Manfaat Penulisan**

### **1.4.1. Manfaat bagi Penulis**

- a. Menambah pengetahuan dan wawasan terkait pengaruh pelayanan MICE terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Astrindo Travel Jakarta

- b. Mengembangkan kemampuan analisis dalam menerapkan metode kuantitatif pada penelitian di bidang pariwisata, khususnya terkait layanan MICE.
- c. Memberikan pengalaman praktis dalam melakukan penelitian yang dapat berguna di masa depan, baik untuk karier akademis maupun profesional.

#### 1.4.2. Manfaat bagi Pelanggan

- a. Memberikan informasi mengenai kualitas pelayanan MICE yang diterima oleh pelanggan Astrindo Travel Jakarta, sehingga mereka dapat lebih memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka.
- b. Pelanggan dapat mengetahui bagaimana layanan MICE yang lebih baik dapat meningkatkan pengalaman mereka dalam menggunakan jasa Astrindo Travel.

#### 1.4.3. Manfaat bagi Astrindo Travel Jakarta

- a. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi Astrindo Travel dalam meningkatkan kualitas pelayanan MICE mereka.
- b. Memberikan wawasan terkait area yang memerlukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya akan memperkuat posisi kompetitif perusahaan di pasar MICE.
- c. Menyediakan data empiris yang dapat digunakan oleh manajemen dalam merumuskan strategi peningkatan layanan MICE.

#### 1.4.4. Manfaat bagi Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo

- a. Penelitian ini dapat menambah referensi ilmiah bagi Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo, khususnya di bidang penelitian pelayanan MICE.
- b. Mendorong mahasiswa lain untuk melakukan penelitian serupa, yang dapat membantu perkembangan studi pariwisata dan layanan MICE.
- c. Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pariwisata, khususnya yang berkaitan dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam industri jasa.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

#### 1.5.1. Bab I : Pendahuluan

Bab ini membahas latar belakang masalah yang menjelaskan mengapa penelitian mengenai pengaruh pelayanan MICE terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan penting dilakukan, terutama dalam konteks Astrindo Travel Jakarta. Rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian bagi berbagai pihak juga dijabarkan secara jelas. Selain itu, bab ini juga menyajikan batasan masalah dan sistematika penulisan untuk memberikan gambaran alur penelitian.

#### 1.5.2. Bab II : Tinjauan Pustaka

Bab ini memaparkan teori-teori yang relevan sebagai dasar dalam memahami variabel-variabel penelitian, yakni pelayanan

MICE, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Literatur terkait dari penelitian sebelumnya juga diulas untuk memperkuat dasar teori. Kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian juga dijelaskan di bab ini, sebagai panduan dalam analisis pengaruh antarvariabel yang akan diteliti.

#### 1.5.3. Bab III : Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan secara rinci metode yang digunakan dalam penelitian, termasuk jenis penelitian yang dipilih (kuantitatif), sumber data, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, serta metode pengumpulan data (misalnya melalui kuesioner). Selain itu, bab ini menguraikan teknik analisis data yang akan digunakan, termasuk uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi, serta metode untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

#### 1.5.4. Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil penelitian berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan dianalisis. Hasil dari pengaruh pelayanan MICE terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dijelaskan melalui analisis statistik, termasuk pembahasan mengenai hasil uji hipotesis. Temuan-temuan ini kemudian dibahas lebih lanjut dengan mengacu pada teori dan penelitian sebelumnya untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang pengaruh variabel-variabel yang diteliti.

#### 1.5.5. Bab V: Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dengan merangkum pengaruh pelayanan MICE terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Astrindo Travel Jakarta. Selain itu, bab ini juga memberikan saran yang aplikatif bagi Astrindo Travel Jakarta dalam meningkatkan kualitas pelayanan MICE mereka, serta saran untuk penelitian lanjutan di bidang yang sama. Akhirnya, bab ini juga menekankan kontribusi penelitian ini bagi pengembangan ilmu di bidang pariwisata.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pembahasan mengenai pengaruh pelayanan MICE terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Astrindo Travel Jakarta memberikan hasil yang signifikan.

Hasil uji t menunjukkan bahwa pelayanan MICE memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai t-hitung sebesar 24.904, yang jelas lebih besar dari nilai t-tabel (1.984). Selain itu, nilai signifikansi (sig) untuk pelayanan MICE adalah 0.000, yang menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0.864, yang berarti bahwa pelayanan MICE berkontribusi sebesar 86.4% terhadap peningkatan kepuasan pelanggan di Astrindo Travel Jakarta, sedangkan 13.6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Untuk loyalitas pelanggan, nilai t-hitung yang diperoleh adalah 9.238, yang juga lebih besar dibandingkan nilai t-tabel (1.984). Nilai signifikansi (sig) untuk variabel ini adalah 0.000, yang menunjukkan bahwa pelayanan MICE juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  yang tercatat adalah 0.465, artinya 46.5% variasi dalam loyalitas pelanggan dapat

dijelaskan oleh pelayanan MICE, sedangkan 53.5% dari variasi tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dicakup dalam penelitian ini.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pelayanan MICE yang terdiri dari Meeting ( Penyedia fasilitas ruang pertemuan ) , Incentive Tour ( transportasi, dan akomodasi ), dan Pelayanan Event ( Gala dinner, Pameran, dan Team Building ) berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan di Astrindo Travel Jakarta. Hal ini tercermin dari hasil survei yang menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan merasa puas dan cenderung loyal terhadap pelayanan yang diberikan.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang menyatakan bahwa pelayanan MICE berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Astrindo Travel Jakarta, beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, karena penelitian ini hanya terbatas pada variabel pelayanan MICE dan kepuasan serta loyalitas pelanggan, peneliti berikutnya diharapkan dapat meneliti variabel lain yang mungkin berpengaruh, seperti kualitas layanan, harga, atau persepsi keamanan dalam pelayanan MICE.
2. Bagi pengelola Astrindo Travel Jakarta, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan terkait MICE, seperti melakukan pelatihan bagi staf untuk meningkatkan kompetensi, serta mengumpulkan dan menerapkan umpan balik dari pelanggan untuk perbaikan layanan.

3. Untuk semua pihak yang terlibat dalam industri MICE, diharapkan untuk terus mendukung kebijakan yang mendorong peningkatan pelayanan dalam sektor ini, dengan memperhatikan kepentingan pelanggan dan beradaptasi dengan kebutuhan serta tren yang berkembang di pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adria, N. N., & Ernungtyas, N. F. (2020). Citra Perusahaan Traveloka Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 75–84. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v3i1.423>
- Andofal, R., Surenda, R., & Wulandari, D. P. (2023). Pengaruh Kualitas pelayanan dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Tamu (studi Pada Tamu MICE di Hotel Truntum). *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.24036/jkpbp.v4i1.41572>
- Apriyani, M. D., & Hikmawati, I. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Kaha Tour and Travel Atas Pelaksanaan Pelayanan Penjualan Voucher Hotel Di Terminal 1 Bandar Udara Soekarno-Hatta Tangerang Banten. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 1(1), 41–49. <https://doi.org/10.53363/buss.v1i1.5>
- Azzahrah, H. P., Ika Febrilia, & Terrylina Arvinta Monoarfa. (2023). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja Online. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Christofle, S. (2023). Tourism and meeting incentive convention event (MICE) tourism in Europe, systemic shock, structural transformations and resilience. *Resilience and Regional Development*, 322–341. <https://doi.org/10.4337/9781035314058.00023>
- Citrawati, L. P. (2019). Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan MICE dan Event di Maya Ubud Resort dan SPA. *Jurnal Kepariwisata*, 18(1),

34–44.

- Darunanto, D., Honny, H., Subandi, S., & ... (2024). Determinasi Loyalitas Pelanggan: Analisis Keandalan, Fasilitas dan Kepuasan Pelanggan Kereta Api. *Jurnal Ekonomi ...*, 5(5), 479–493.
- Desthiani, U., & Suwandi. (2019). *Mice ( Meeting , Incentive , Convention , Exhibition )* (Issue 1).
- Dr. Jajang Burhanudin, M. . (2023). *Pengantar Loyalitas Pelanggan*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Universitas Diponegoro.
- Hananto, K. H., Fatmala, S., & Edouard, S. S. (2024). *Dampak Layanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Tempat Wisata*. 06(1), 119–126.
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(2), 56. <https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>
- Kamal, N. R., & Artanti, Y. (2024). Pengaruh Program Loyalitas, Persepsi Nilai, dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konsumen By.U. *Edunomika*, 8(1), 1–11.
- Kristianto, D. A., & Kiswanto, A. (2019). Analisis Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 13(03), 15–30. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v13i03.29>

- Kusuma, C. S. D. (2019). MICE- MASA DEPAN BISNIS PARIWISATA INDONESIA. *Jurnal Efisiensi – Kajian Ilmu Administrasi*, XVI.
- Masjhoer, J. M., Rukmini A.R., & Mokodongan, T. (2024). Menakar Tingkat Kepuasan Wisatawan: Kunci Keberhasilan Pengembangan Amenitas Pantai Slili sebagai Destinasi Wisata Bahari. *PANUNTUN (Jurnal Budaya, Pariwisata, Dan Ekonomi Kreatif)*, 1(1), 52–64.  
<https://doi.org/10.61476/9jv5v406>
- Muhammad Nurhadi. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Untuk Mengadakan Mice Di Patra Semarang Hotel & Convention. *Jurnal Visi Manajemen*, 8(1), 57–65.  
<https://doi.org/10.56910/jvm.v8i1.198>
- Popon Srisusilawati, S.E.I., M. E. S. (2023). *Pengantar Loyalitas Pelanggan*.
- Pratama, D., Nusanto, T. S., & Prasetyo, D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Terhadap Minat Kunjung Wisatawan pada Jeep Lava Tour Merapi. *Jurnal Budaya, Pariwisata, Dan Ekonomi Kreatif*, 1, No-2.
- Rahmat, F. A., Susanto, D. R., & Damiasih. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pengalaman Terhadap Minat Pembelian Ulang Paket Wisata Religi Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi” (Studi Kasus : Travel Umrah Dan Muslim Tour Bukittinggi). *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 18 No. 2.
- Raihan, M., & Budiono, A. (2023). Analisis Loyalitas Konsumen Yang Dipengaruhi Promosi dan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen

- Sebagai Mediasi Pada Fata Wisata Tour & Travel. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1), 199–207. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i1.1914>
- Ridwan, S., Ermansyah, M. J., & Apriyana, N. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Orange Supermarket Di Merauke Town Square. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1048–1070. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4116>
- Sipayung, Y. S., Mita, M. M., Alia, S., & Maliki, H. (2022). *Analisis Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Pelayanan Pemandu Wisata di PT . Pacto Tour Travel and Mice Medan nasional maupun para pelaku usaha wisata . program pelayanan CHSE ( Cleanliness , Health , pariwisata yang hampir punah selama pasca pandemi . S. 1*(4), 185–190. <https://doi.org/10.55123/toba.v1i4.1684>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (S. P. M.Dr.Ir.Sutopo (ed.); 2nd ed.).
- Suhartapa. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Indonesia Kaya Semarang. *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13 Nomor2.
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>