

Implementasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Bali Zoo Gianyar

Pradipta Nugraha¹, Kanah², Ni Luh Eka Armoni³, Elvira Septevany⁴

^{1,3,4}Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali, Indonesia

²Program Studi Perhotelan, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali, Badung, Indonesia

e-mail: ¹2115834120@pnb.ac.id, ²kanah@pnb.ac.id, ³luhekaarmoni@pnb.ac.id, ⁴elvira_s@pnb.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi kualitas pelayanan serta pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung di Bali Zoo Gianyar. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini dianalisis menggunakan lima dimensi model *SERVQUAL* yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei terhadap 100 responden pengunjung Bali Zoo. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis statistik deskriptif dan regresi linear sederhana dengan bantuan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima dimensi kualitas pelayanan berada dalam kategori sangat terimplementasi dengan skor rata-rata tertinggi pada dimensi *empathy* sebesar 48,376. Analisis korelasi menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengunjung, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,690. Uji regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung ($\text{Sig. } 0.000 < 0.05$), dengan kontribusi sebesar 47,6% terhadap variabel kepuasan pengunjung. Berdasarkan hasil ini, disarankan Bali Zoo untuk terus mempertahankan keunggulan pada dimensi *empathy*, serta melakukan peningkatan pada aspek *tangible* dan *reability* untuk meningkatkan kepuasan pengunjung secara menyeluruh.

Kata Kunci :

Bali Zoo; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pengunjung

ABSTRACT

This study aims to examine the implementation of service quality and its influence on visitor satisfaction at Bali Zoo, Gianyar. The service quality in this research is analyzed using the five dimensions of the SERVQUAL model: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The study employs a descriptive quantitative approach with a survey method conducted on 100 respondents who visited Bali Zoo. The data analysis techniques used include descriptive statistical analysis, validity and reliability tests, correlation analysis, simple linear regression, and t-test, with the assistance of SPSS software. The results indicate that all five dimensions of service quality are categorized as highly implemented, with the highest average score found in the empathy dimension, reaching 48.376. The correlation analysis shows a significant positive relationship between service quality and visitor satisfaction, with a correlation coefficient of 0.690. Regression analysis reveals that service quality has a significant influence on visitor satisfaction ($\text{Sig. } 0.000 < 0.05$), contributing 47.6% to the visitor satisfaction variable. Based on these findings, it is recommended that Bali Zoo maintain its strength in the empathy dimension while making improvements in the tangible and reliability aspects to enhance overall visitor satisfaction.

Keywords :

Bali Zoo; Service Quality; Visitor Satisfaction

A. PENDAHULUAN

Penelitian ini berangkat dari fenomena meningkatnya sektor pariwisata di Bali yang berkembang sangat pesat. Pertumbuhan ini memberikan berbagai dampak positif seperti terbukanya lapangan kerja dan peningkatan usaha kreatif. Namun, bersamaan dengan itu, tingkat persaingan di antara pelaku industri pariwisata juga semakin ketat, sehingga setiap pelaku dituntut untuk terus meningkatkan kualitasnya agar tetap relevan dan kompetitif. Salah satu kunci utama dalam menjaga dan meningkatkan daya saing destinasi wisata adalah kualitas pelayanan. Pelayanan yang buruk bisa menciptakan kesan negatif dan mengurangi kemungkinan wisatawan untuk datang kembali (Elake et al., 2024). Sebaliknya, pelayanan yang baik dapat

menciptakan pengalaman positif dan loyalitas pengunjung (Rostiana et al., 2024). Kabupaten Gianyar, khususnya kawasan Sukawati, dikenal sebagai salah satu pusat destinasi wisata di Bali. Salah satu destinasi unggulannya adalah Bali Zoo, yaitu kebun binatang edukatif yang menggabungkan aspek konservasi dengan aktivitas wisata seperti *animal feeding*, *breakfast with orangutan*, *elephant ride*, dan *mud fun*. Bali Zoo telah mengadopsi prinsip ServQual yang terdiri dari lima dimensi pelayanan: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Menurut data 2023 dari Manajer Operasional Bali Zoo, total jumlah pengunjung mencapai 345.845 orang, rincinya dapat dilihat pada Tabel 1. Jumlah ini terdiri dari pengunjung internasional sebanyak 186.876 orang (dewasa dan anak-anak), domestik sebanyak 97.148

orang, dan pengunjung lokal sebesar 61.821 orang. Wisatawan mancanegara yang mengunjungi Bali Zoo berasal dari berbagai negara seperti Australia, Rusia, India, Korea Selatan, dan Jepang.

Tabel 1. Data pengunjung tahun 2023

Tahun	Kategori	Dewasa	Anak
2023	Internasional	153.910	32.966
	Domestik	61.727	35.421
	Lokal	34.453	27.368

Sumber: Bali Zoo

Namun, di balik pencapaian tersebut, terdapat keluhan dari pengunjung yang terekam dalam Google Review, terutama menyangkut dimensi *tangible* dan *reliability* seperti kebersihan lingkungan serta pelayanan dengan memberikan rasa aman kepada pengunjung. Hal ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara harapan dan pelayanan yang dirasakan pengunjung. Maka, penting untuk dilakukan penelitian mengenai bagaimanakah implementasi kualitas pelayanan yang telah dilakukan Bali Zoo dan sejauh manakah pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung, karena kepuasan merupakan indikator keberhasilan pelayanan dalam industri pariwisata.

Menurut teori ServQual yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988), pelayanan dapat dievaluasi dengan membandingkan antara ekspektasi pelanggan terhadap suatu layanan dan pengalaman nyata mereka setelah menerima layanan tersebut. Artinya, kualitas dianggap tinggi apabila perbedaan antara harapan dan kenyataan semakin kecil. Lestari (2021), menegaskan bahwa kualitas pelayanan mencerminkan sejauh mana kelima dimensi utama—yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati—dilaksanakan secara optimal dan memberikan kesan positif bagi pengunjung. Semakin baik persepsi pengunjung terhadap implementasi kelima aspek tersebut, maka tingkat kepuasan yang dirasakan pun cenderung meningkat. Menurut Ferdi & Anggriani (2022), menurutnya merujuk pada beberapa dimensi utama pelayanan yang harus diperhatikan oleh pengelola objek wisata untuk mencapai kepuasan pengunjung. Kualitas pelayanan berkaitan dengan seberapa baik layanan yang diberikan oleh suatu pihak dapat memenuhi harapan pengunjungnya (Rizky & Ratnasari, 2024; Sinollah & Masruroh, 2019). Kualitas pelayanan merupakan tingkat mutu layanan yang diberikan oleh pihak pengelola wisata yang berdampak langsung terhadap kepuasan pengunjung, baik dari sisi sikap, perhatian, kecepatan layanan, maupun kenyamanan selama berwisata (Ridwan & Sukriadi, 2022). Apabila nilai yang diharapkan lebih kecil dari nilai yang dirasakan, atau apabila nilai yang diharapkan lebih besar dari nilai yang dirasakan, maka pelayanan dikatakan bermutu tinggi (Izzah et al., 2020).

Kepuasan pengunjung adalah adalah suatu kondisi psikologis ringkasan yang terjadi ketika emosi yang muncul akibat ketidaksesuaian harapan

dipadukan dengan perasaan awal konsumen terhadap pengalaman konsumsi (Oliver, 1980). Ketika kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut dipenuhi dengan sangat baik, maka pengunjung cenderung merasa puas (Oliver, 1980). Menurut Ferdi & Anggriani (2022) kepuasan pengunjung adalah tingkat pemenuhan harapan pengunjung terhadap kualitas pelayanan yang diterima, dalam artian, kepuasan pengunjung tercapai jika layanan yang diberikan oleh pihak pengelola objek wisata memenuhi atau melebihi harapan pengunjung. Menurut Rizky & Ratnasari (2024), kepuasan pengunjung merujuk pada tingkat perasaan senang atau puas dengan hasil dari penilaian atau pengalaman yang dirasakan oleh pengunjung setelah mendapatkan pelayanan. Tanggapan atau perasaan yang muncul melalui pengunjung sebagai hasil dari penilaian mereka terhadap fasilitas wisata dan pelayanan yang diterima selama berada di destinasi wisata (Ridwan & Sukriadi, 2022). Menurut Izzah et al. (2020) kepuasan pengunjung adalah tanggapan atau penilaian positif dari wisatawan terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima selama kunjungan mereka. Apabila pengunjung merasa puas, maka muncul niat untuk berkunjung kembali, sehingga diduga atribut, kualitas layanan, dan kepuasan pengunjung sangat berperan (Silalahi & Utama, 2023). Adapun dimensi dari teori kepuasan pengunjung menurut penelitian sebelumnya yaitu, kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan ke kerabat atau teman (Izzah et al., 2020).

Kelima penelitian tersebut memiliki kesamaan dalam menggunakan pendekatan kuantitatif, jumlah sampel serupa, serta variabel utama berupa dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung. Temuan-temuan dari studi sebelumnya secara konsisten menunjukkan bahwa kelima dimensi ServQual, baik secara individual maupun bersama-sama, memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Meskipun telah banyak penelitian yang menganalisis tentang pengaruh ServQual terhadap kepuasan pengunjung, namun belum ada yang membahas mengenai bagaimana kualitas pelayanan staff Bali Zoo kepada pengunjung dengan karakteristik pengunjung Internasional serta belum ada yang membahas penelitian terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu internasional. Penelitian oleh Izzah et al. (2020) bahkan secara khusus menyoroti objek wisata kebun binatang, menjadikannya sangat relevan untuk mendukung konteks Bali Zoo. Dengan demikian, hasil-hasil tersebut memperkuat hipotesis dalam penelitian ini, bahwa:

H0: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Bali Zoo Gianyar.
H1: Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan pengunjung di Bali Zoo Gianyar.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Bali Zoo. Lokasi penelitian ditetapkan di Bali Zoo, Kabupaten Gianyar, Bali, karena destinasi ini merupakan objek wisata edukatif yang memadukan konservasi satwa dan rekreasi, serta memiliki tingkat kunjungan yang cukup tinggi. Penelitian dilaksanakan selama bulan Oktober 2024 hingga Juni 2025.

Objek dalam penelitian ini adalah para pengunjung Bali Zoo yang datang pada periode penelitian. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi dan kuisioner. Observasi dilakukan untuk mengamati pelayanan staf Bali Zoo kepada para pengunjung. Observasi ini dilakukan sejak bulan Oktober 2024. Populasi yang digunakan adalah seluruh pengunjung yang hadir selama waktu pengumpulan data. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *random sampling* (Clark & Creswell, 2005). Metode *random sampling* yaitu pengambilan sampling yang dilakukan secara acak dengan kriteria tertentu. Pada penelitian ini, kriterianya yaitu bersedia mengisi kuisioner setelah selesai mengunjungi Bali Zoo. Adapun penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden, yang memenuhi kriteria sebagai pengunjung dan bersedia mengisi kuisioner setelah selesai mengunjungi Bali Zoo. Indikator yang digunakan diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh (Izzah et al., 2020). Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan skala Likert dari skala sangat tidak setuju sampai skala sangat setuju (1-5), yang mencakup indikator pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung. Data tambahan diperoleh dari observasi lapangan dan dokumentasi pendukung yang relevan dengan objek penelitian. Seluruh data yang terkumpul dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26. Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu: uji validitas dan reliabilitas, untuk mengetahui sejauh mana setiap item pertanyaan dalam kuisioner mampu mengukur konstruk variabel secara akurat dan konsisten. Uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, linieritas, dan heteroskedastisitas guna memastikan bahwa data memenuhi syarat untuk dianalisis menggunakan regresi linier. Analisis Regresi Linier Sederhana, digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pengunjung). Uji Signifikansi Statistik, meliputi uji t (untuk menguji pengaruh parsial), serta koefisien determinasi (R^2) yang digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap perubahan pada variabel dependen. Metode ini dipilih karena dianggap paling sesuai dalam mengungkap hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Bali Zoo Gianyar.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 2. Karakteristik Responden

Frekuensi Kunjungan	Jumlah orang	Percentase (%)
Pertama kali	42	42%
Dua kali	41	41%
Tiga kali	12	12%
Rutin	5	5%

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 2 yang diperoleh dari responden, mayoritas pengunjung Bali Zoo merupakan pengunjung baru satu kali mengunjungi Bali Zoo. Tercatat sebanyak 42 responden (42%) merupakan pengunjung pertama kali, yang mengindikasikan bahwa Bali Zoo mampu menarik ketertarikan wisatawan baru. Hal ini kemungkinan besar dipengaruhi oleh promosi, kekuatan rekomendasi, maupun daya tarik destinasi itu sendiri. Sementara itu, 41 responden (41%) menyatakan bahwa mereka telah mengunjungi Bali Zoo untuk kedua kalinya. Persentase ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung memiliki kesan yang cukup positif hingga termotivasi untuk kembali setidaknya satu kali lagi. Selanjutnya, terdapat 12 orang (12%) yang sudah berkunjung sebanyak tiga kali, yang mencerminkan adanya kelompok pengunjung yang menunjukkan minat berkelanjutan terhadap Bali Zoo. Adapun pengunjung loyal atau reguler yang telah mengunjungi destinasi ini lebih dari tiga kali hanya berjumlah 5 orang (5%). Meskipun persentasenya kecil, keberadaan pengunjung setia ini mencerminkan potensi terbentuknya komunitas pengunjung loyal, khususnya dari masyarakat lokal atau individu yang memiliki ketertarikan khusus terhadap satwa, edukasi lingkungan, maupun kegiatan konservasi.

Implementasi Kualitas Pelayanan Di Bali Zoo Gianyar

Secara umum, temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diterapkan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang tidak hanya memengaruhi kepuasan secara langsung, tetapi juga membentuk pengalaman wisata yang menyenangkan dan potensial untuk menciptakan kunjungan kembali. Uji analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memperoleh nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum (*max*), nilai minimum (*min*), serta standar deviasi dari masing-masing variabel, yakni kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pengunjung (Y). Tabel 3 di bawah ini menyajikan hasil temuan penelitian berdasarkan pengujian statistik deskriptif terhadap kedua variabel.

Tabel 3. Hasil Uji Statistik Deskriktif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
Kualitas pelayanan	100	45,00	75,00	67,3100	5,88217
Kepuasan pengunjung	100	17,00	30,00	27,4800	2,44321

Hasil analisis statistik deskriptif pada Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang dinilai oleh 100 responden memiliki nilai rata-rata sebesar 67,31 dengan nilai minimum 45,00 dan maksimum 75,00. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum tingkat mutu pelayanan yang ditawarkan berada pada tingkat yang baik. Selain itu, nilai standar deviasi sebesar 5,88 menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap kualitas pelayanan cukup konsisten dan tidak terlalu bervariasi jauh dari rata-rata. Sementara itu, variabel kepuasan pengunjung juga menunjukkan hasil yang positif. Rerata nilai kepuasan pengunjung adalah 27,48 dengan nilai terendah 17,00 dan tertinggi 30,00. Nilai rata-rata yang mendekati angka maksimum menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung merasa puas terhadap pelayanan yang diterima. Standar deviasi sebesar 2,44 mengindikasikan bahwa tingkat kepuasan pengunjung relatif seragam dan tidak banyak variasi di antara penilaian masing-masing responden. Secara keseluruhan, kedua variabel tersebut menunjukkan hasil yang cukup baik dengan persepsi yang cukup homogen dari para responden, yang berarti kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung stabil dan positif.

Nilai rata-rata untuk setiap dimensi dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Nilai Rata-Rata Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Dimensi	Rata-rata	Kriteria
1	Dimensi <i>Tangible</i>	4.48	Sangat Terimplementasi
2	Dimensi <i>Reliability</i>	4.45	Sangat Terimplementasi
3	Dimensi <i>Responsive</i>	4.48	Sangat Terimplementasi
4	Dimensi <i>Assurance</i>	4.48	Sangat Terimplementasi
5	Dimensi <i>Empathy</i>	4.50	Sangat Terimplementasi
Kualitas Pelayanan		4.48	Sangat Terimplementasi

a) Dimensi *Tangible*

Tangible adalah dimensi yang mencakup penampilan fisik fasilitas, perlengkapan, personel, dan materi komunikasi yang digunakan oleh penyedia layanan (Pandriansyah & Sigit, 2024). Indikatornya yaitu lingkungan di Bali Zoo bersih, karyawan Bali Zoo berpakaian profesional dan manajemen Bali Zoo mengelola dengan baik fasilitas publik yang disediakan.

Nilai rata-rata seluruh indikator pada dimensi *tangible* memperoleh skor rerata 4,48 yang tergolong pada tingkatan sangat terimplementasi. Lingkungan di Bali Zoo bersih dengan skor 4,51 menunjukkan bahwa pengunjung merasa lingkungan Bali Zoo bersih dan terawat. Hal ini penting karena kebersihan merupakan kesan awal yang sangat mempengaruhi persepsi pengunjung. Karyawan Bali Zoo berpakaian profesional 4,51, yang menandakan bahwa karyawan Bali Zoo dinilai menjaga kerapian dan kesesuaian

berpakaian sebagai bagian dari citra profesional lembaga. Manajemen Bali Zoo mengelola dengan baik fasilitas public yang disediakan, 4,42 nilai ini menunjukkan bahwa fasilitas public telah dikelola secara optimal dan sangat terimplementasi.

b) Dimensi *Reliability*

Reliability adalah kemampuan suatu organisasi atau penyedia layanan dalam menyediakan pelayanan yang tepat dan dapat diandalkan (Mumtaza & Millanyani, 2023). Adapun indikator dari dimensi *reliability* yaitu manajemen Bali Zoo memberikan rasa nyaman kepada pengunjung, Karyawan Bali Zoo sigap melayani pengunjung dan jam berkunjung di sesuaikan dengan kebutuhan pengunjung.

Hasil seluruh indikator pada dimensi *reliability* memperoleh skor rerata 4,45 yang tergolong dalam kategori sangat terimplementasi. Manajemen Bali Zoo memberikan rasa nyaman kepada pengunjung 4,46 menunjukkan bahwa pengunjung merasakan bahwa pihak manajemen Bali Zoo sudah sangat andal dalam menciptakan lingkungan yang nyaman selama kunjungan berlangsung. Hal ini mencerminkan adanya kepercayaan pengunjung terhadap pelayanan. Karyawan Bali Zoo sigap melayani pengunjung 4,51 juga menunjukkan bahwa karyawan Bali Zoo dinilai mampu memberikan pelayanan dengan cepat dan konsisten, sesuai dengan yang dijanjikan atau diharapkan pengunjung. Ini merupakan aspek penting dari *reliability*. Jam berkunjung disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung 4,40 menandakan bahwa manajemen Bali Zoo sangat memperhatikan kebutuhan pengunjung, meskipun masih ada ruang untuk peningkatan, seperti fleksibilitas waktu operasional saat hari libur atau musim ramai. Dengan rata-rata keseluruhan sebesar 4,45 maka dapat disimpulkan bahwa dimensi *Reliability* di Bali Zoo telah sangat terimplementasi. Artinya, pengunjung menilai bahwa pelayanan yang diberikan sangat konsisten dan dapat diandalkan. Hal ini menunjukkan bahwa Bali Zoo telah mampu memenuhi sebagian besar harapan pengunjung terkait *reliability*.

c) Dimensi *Responsiveness*

Responsiveness adalah kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu pelanggan dan menawarkan penyelesaian yang cepat dan tanggap atas persyaratan, pertanyaan, serta keluhan mereka (Jumawan & Prasetyo, 2024). Indikator dari dimensi *responsiveness* yaitu karyawan Bali Zoo siap melayani pengunjung, karyawan Bali Zoo selalu memberikan respon yang cepat kepada pengunjung, dan administrasi ticketing sangat cepat melayani pengunjung.

Nilai rata-rata seluruh indikator pada dimensi *responsiveness* memperoleh nilai 4,48 dan secara keseluruhan dimensi ini masuk dalam kategori sangat terimplementasi. Karyawan Bali Zoo siap melayani pengunjung mendapatkan skor 4,40 yang

mengidentifikasi bahwa pengunjung merasa karyawan Bali Zoo sangat siap dalam memberikan pelayanan saat dibutuhkan. Karyawan Bali Zoo selalu memberikan respon cepat kepada pengunjung memperoleh nilai 4,48 menandakan bahwa pengunjung sangat puas terhadap kecepatan tanggapan dari karyawan saat mereka menyampaikan pertanyaan atau membutuhkan bantuan. Administrasi *ticketing* sangat cepat melayani pengunjung, memperoleh nilai 4,53 menunjukkan bahwa aspek administrasi *ticketing* sangat terimplementasi dan berkontribusi positif terhadap kepuasan pengunjung secara keseluruhan.

d) Dimensi Assurance

Assurance berkaitan dengan kemampuan, wawasan, serta perilaku karyawan dalam memberikan jaminan dan rasa percaya kepada konsumen terhadap pelayanan yang mereka terima. Indikatornya yaitu informasi yang diberikan karyawan Bali Zoo mudah di pahami, anda merasa aman selama berkunjung di Bali Zoo dan karyawan Bali Zoo selalu ramah kepada pengunjung.

Hasil rata-rata seluruh indikator pada dimensi *assurance* adalah 4,48. Ini menunjukkan bahwa pengunjung merasa sangat yakin dan percaya terhadap pelayanan yang diberikan. Informasi yang diberikan karyawan Bali Zoo mudah dipahami 4,40 menunjukkan bahwa karyawan Bali Zoo mampu menyampaikan informasi secara jelas dan mudah dimengerti, baik terkait tiket, arah lokasi, atau aturan-aturan yang berlaku. Anda merasa aman saat berkunjung di Bali Zoo 4,50 mencerminkan bahwa pengunjung merasa terlindungi selama berada di area Bali Zoo. Hal ini dapat dipengaruhi oleh keberadaan *security*, panduan yang jelas, dan fasilitas yang tertata baik. Karyawan Bali Zoo selalu ramah kepada pengunjung 4,56 menunjukkan bahwa aspek sikap dan perilaku karyawan Bali Zoo sangat diapresiasi oleh pengunjung dan memberi kontribusi positif terhadap rasa percaya mereka terhadap pengunjung. Dengan rata-rata total 4,48, maka dapat disimpulkan bahwa dimensi *assurance* di Bali Zoo telah sangat terimplementasi.

e) Dimensi Empathy

Empathy adalah kemampuan penyedia layanan untuk memberikan perhatian secara individual, memahami kebutuhan pelanggan, dan memperlakukan mereka dengan penuh perhatian dan kepedulian (Cahyani et al., 2024). Indikatornya adalah karyawan Bali Zoo memahami kebutuhan pengunjung, karyawan Bali Zoo memberikan pelayanan yang sopan dan karyawan Bali Zoo selalu membantu pengunjung.

Hasil seluruh indikator pada dimensi *empathy* menunjukkan nilai rerata sebesar 4,50 tergolong dalam kategori sangat terimplementasi. Karyawan Bali Zoo memahami kebutuhan pengunjung 4,45 menunjukkan bahwa karyawan Bali Zoo sudah memahami kebutuhan pengunjung, baik dari segi informasi, fasilitas, maupun perlakuan lainnya. Karyawan Bali Zoo memberikan

pelayanan yang sopan 4,54 yang menegaskan bahwa perilaku sopan santun dari karyawan sangat dirasakan dan dihargai oleh pengunjung. Karyawan Bali Zoo selalu membantu pengunjung 4,53 menunjukkan bahwa karyawan memberikan bantuan secara aktif dan sukarela kepada pengunjung yang membutuhkan. Dengan rata-rata total sebesar 4,50 maka dimensi *empathy* di Bali Zoo tergolong sangat terimplementasi. Ini menunjukkan bahwa pengunjung merasa bahwa karyawan Bali Zoo telah memperlakukan mereka dengan baik, penuh perhatian.

Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung di Bali Zoo Gianyar

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Temuan ini sejalan dengan pandangan (Parasuraman et al., 1988) melalui model ServQual yang menyatakan bahwa lima dimensi utama pelayanan—*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* merupakan dimensi kunci dalam membentuk persepsi kualitas layanan. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung di Bali Zoo Gianyar, dilakukan serangkaian analisis statistik dengan tahapan sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Validitas

Variabel	Jumlah Item	r-hitung (min)	r-tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	15	0,485	0,1966	Valid
Kepuasan Pengunjung	6	0,573	0,1966	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Tabel 5 menunjukkan hasil uji validitas. Proses pengujian dilakukan dengan cara membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel. Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, maka derajat kebebasan (df) adalah 98 (n-2). Berdasarkan distribusi Pearson pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), nilai r-tabel diperoleh sebesar 0,1966. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh item dalam masing-masing variabel memiliki nilai r-hitung yang lebih besar dari r-tabel. Dengan demikian, seluruh butir pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid karena telah memenuhi kriteria kelayakan pengukuran. Setelah validitas terpenuhi, pengujian dilanjutkan berbeda namun pada populasi yang serupa. Hasil pengujian reliabilitas ditampilkan pada Tabel 6.

Tabel 6. Uji Reabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha
Kualitas Pelayanan	5	0,749
Kepuasan Pengunjung	3	0,708

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Tabel 6 menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,6, yang menandakan bahwa instrumen memiliki tingkat

konsistensi internal yang memadai. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini reliabel dan dapat diandalkan untuk mengukur konstruk yang dimaksud. Setelah instrumen terbukti valid dan reliabel, tahap berikutnya adalah pengujian normalitas data, yang merupakan salah satu prasyarat dalam analisis regresi sederhana. Uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, dengan hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0,160, yang berada di atas ambang batas 0,05. Dengan demikian, data dinyatakan berdistribusi normal dan memenuhi syarat untuk dilakukan analisis statistik lanjutan. Hasil uji normalitas tersebut dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
	N	100
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.98878660
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.073
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig.(2-tailed)		.160

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Pengujian linearitas dilakukan dengan menggunakan metode *test for linearity* pada program SPSS, dengan dasar pengambilan keputusan, Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka hubungan antar variabel dinyatakan linear. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka hubungan tersebut tidak linear. Adapun hasil pengujian linearitas antara variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pengunjung (Y) ditampilkan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji Linearitas

		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pengunjung	Between Groups	(Combined)	429,784	59	7,284	1,725 .034
		Linearity	121,006	1	121,006	28,650 .000
		Deviation From Linearity	308,778	58	5,324	1,260 .219
	Within Groups		173,167	41	4,224	
	Total		602,950	100		

Tabel 8 menunjukkan bahwa bahwa nilai signifikansi pada kolom *deviation from linearity* sebesar $0,219 < 0,05$. Tabel di atas memperlihatkan bahwa tingkat signifikansi yang diperoleh pada kolom *linearity* yang berarti terdapat hubungan linear yang signifikan antara variabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel yang diteliti bersifat linear dan memenuhi asumsi linearitas, sehingga analisis regresi linear dapat dilakukan. Selanjutnya dilakukan uji heterokedasitas untuk menentukan apakah residual dari satu pengamatan berbeda varian dengan pengamatan lain dalam sebuah model regresi. Hasilnya dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji Heterokedasitas

Model	B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	19.035	10.064		1.891	0.061
Kualitas Pelayanan	-.229	0.149	-.152	1.533	0.128

Hasil uji heteroskedasitas mendapatkan nilai signifikansi kualitas pelayanan sebesar 0,128 adalah lebih besar dari 0,05. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan tidak terjadi gejala heteroskedasitas.

Setelah data memenuhi semua uji asumsi klasik, maka analisis dilanjutkan dengan membangun model regresi linear sederhana. Model ini digunakan untuk melihat pengaruh untuk melihat pengaruh variabel X terhadap Y yang dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil Regresi Linear Sederhana

Variabel Independen	Koefisien (β)	t-hitung	Sig.
Kualitas Pelayanan	0,287	9,486	0,000
Konstanta	8,128	3,976	0,000

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Tabel 10 pada nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,287 dengan nilai t-hitung sebanyak 9,486 dan signifikansi sebesar 0,000, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Secara praktis, ini berarti bahwa setiap peningkatan satu unit dalam kualitas pelayanan dapat meningkatkan minat berkunjung kembali sebesar 0,287, jika variabel kepuasan pengunjung tetap konstan. Dengan kata lain, aspek-aspek pelayanan seperti keramahan staf, kecepatan layanan, dan perhatian terhadap kebutuhan tamu sangat penting untuk meningkatkan loyalitas wisatawan. Hasil penelitian ini juga didukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh korelasi yang positif dan signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan pengunjung (Firdausi et al., 2025).

Tabel 11. Koefisien Determinasi

Uji Statistik	Nilai	Sig.
R ²	0,476	-

Sumber : Olahan Peneliti, 2025

Hasil analisis diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) pada Tabel 11 sebesar 0,476. Angka ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 47,6% terhadap variasi tingkat kepuasan pengunjung, sementara sisanya sebesar 52,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini, seperti keberagaman koleksi satwa, harga tiket yang terjangkau, serta keberadaan program edukasi dan konservasi yang ditawarkan oleh Bali Zoo. Koefisien korelasi yang positif dan signifikan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pengunjung pun akan semakin meningkat. Salah satu

indikator pelayanan yang memberikan pengaruh nyata adalah penampilan profesional karyawan, serta responsivitas mereka dalam memenuhi kebutuhan pengunjung. Karyawan yang berpenampilan bersih, bersikap ramah, dan cepat tanggap dalam memberikan bantuan, secara tidak langsung menciptakan pengalaman berkunjung yang menyenangkan.

Pembahasan

Implementasi Kualitas Pelayanan Di Bali Zoo Gianyar

Hasil penelitian terhadap nilai rata-rata dari kualitas pelayanan diperoleh data bahwa dimensi *empathy* memperoleh nilai yang tertinggi dari semua dimensi pada variabel kualitas pelayanan. Pelayanan ramah kepada pengunjung seperti menyapa para pengunjung setiap saat membuat para pengunjung merasa diperhatikan. *Empathy* adalah kemampuan penyedia layanan untuk memberikan perhatian secara individual, memahami kebutuhan pelanggan, dan memperlakukan mereka dengan penuh perhatian dan kepedulian (Cahyani et al., 2024). Karyawan di Bali Zoo telah memberikan perhatian berupa pemasangan petunjuk arah untuk memudahkan pengunjung menikmati Bali Zoo. Di setiap area selalu ada karyawan yang siap membantu pengunjung jika memerlukan bantuan ataupun informasi. Hal inilah yang membuat nilai pada dimensi *empathy* menjadi nilai paling besar diantara dimensi lain. Bali dimata wisatawan dikenal dengan hospitlitynya. Hasil penelitian ini juga di dukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh I. G. S. Pratama & Wiraguna (2019), terkait faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan berkunjung ke Bali Zoo, salah satunya adalah kesopanan yang karyawan. Karyawan yang sopan dapat dipertimbangkan sebagai alasan wisatawan ingin berkunjung ke Bali Zoo Singapadu, Gianyar (I. G. S. Pratama & Wiraguna, 2019).

Nilai rata-rata 4,48 terdapat pada dimensi *tangible*, *responsiveness* dan *assurance*. Sebanyak 100 responden yang bersedia mengisi kuisioner ini dan telah menikmati area di Bali Zoo merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bali Zoo. Karyawan dengan pakaian yang bersih dan mengenakan seragam karyawan Bali Zoo dapat dengan mudah dikenali sehingga pengunjung yang ingin bertanya dapat dengan mudah mengenali dan menemukan karyawan Bali Zoo. Hal ini juga memudahkan para pengunjung untuk dapat dengan cepat mendapatkan respon atau jawaban dari karyawan Bali Zoo. Bantuan yang diberikan oleh karyawan Bali Zoo membuat para wisatawan merasa aman selama kunjungan. Sikap keramahtamahan karyawan membuat para pengunjung merasa aman selama berkunjung ke Bali Zoo. Hal ini juga didukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh I. G. S. Pratama & Wiraguna (2019) bahwa sikap keramahtamahan dapat dipertimbangkan oleh wisatawan untuk berkunjung kembali.

Dimensi terakhir yang mendapatkan nilai rata-rata paling rendah adalah dimensi *reliability*. Namun, nilai sebesar 4,45 masih tergolong dalam pelayanan yang sangat memuaskan. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum seluruh pengunjung yang dijadikan sebagai responden merasa bahwa pihak manajemen Bali Zoo telah sigap melayani para pengunjung. Pihak manajemen melalui ulasan tamu pada dimensi *reliability* telah diperbaiki dengan memberikan pelatihan kepada para karyawan secara rutin dan juga memberikan *feedback* terhadap ulasan-ulasan negatif sehingga pelayanan yang diberikan dapat semakin baik yang membuat para pengunjung ingin berkunjung merasa sangat puas.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Pengunjung di Bali Zoo Gianyar

Penelitian ini dilakukan di Bali Zoo, sebuah destinasi wisata edukatif di Kabupaten Gianyar, Bali, yang mengusung konsep konservasi satwa. Sebagai salah satu kebun binatang swasta pertama di Bali, Bali Zoo telah menjadi pilihan utama bagi wisatawan domestik maupun mancanegara yang ingin menikmati wisata berbasis alam dan pembelajaran. Selain menawarkan koleksi satwa yang beragam, Bali Zoo juga menyajikan fasilitas pendukung, area bermain anak, restoran, serta pertunjukan interaktif bertema satwa. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Temuan ini sejalan dengan pandangan (Parasuraman et al., 1988) melalui model ServQual yang menyatakan bahwa lima dimensi utama pelayanan—*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* merupakan dimensi kunci dalam membentuk persepsi kualitas layanan.

Hal ini dapat memunculkan loyalitas serta minat untuk melakukan kunjungan ulang. Kepuasan pengunjung juga terlihat dari interaksi mereka di platform digital, baik berupa ulasan positif, unggahan foto, maupun rekomendasi di media sosial, yang menunjukkan bahwa pengunjung merasa puas hingga bersedia membagikan pengalaman mereka secara sukarela. Karyawan yang mengenakan seragam yang profesional yang selalu sigap di setiap area membuat para pengunjung merasa aman. Hewan-hewan dengan kategori buas yang selalu dijaga oleh karyawan membuat para pengunjung merasa aman untuk menikmati Bali Zoo.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Izzah et al. (2020), yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan yang dirasakan secara positif oleh wisatawan akan berdampak langsung terhadap peningkatan kepuasan, terutama jika ekspektasi pengunjung terpenuhi atau bahkan terlampaui. Selain itu, hasil ini juga diperkuat oleh berbagai studi terdahulu yang menyebutkan bahwa dimensi empati menjadi aspek paling dominan dalam menciptakan kepuasan di sektor

layanan wisata. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang unggul memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, dan bahkan dapat menjadi sarana promosi tidak langsung melalui testimoni dan penyebaran informasi secara digital.

Penelitian ini juga didukung dari penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2021), Ferdi & Anggriani (2022), dan Rizky & Ratnasari (2024), yang menunjukkan bahwa peningkatan mutu pelayanan di tempat wisata berdampak langsung pada peningkatan kepuasan. Dimensi yang paling menonjol dalam penelitian ini adalah *assurance* dan *responsiveness*, yakni bagaimana karyawan mampu memberikan rasa aman dan tanggap dalam menangani kebutuhan pengunjung, mulai dari petunjuk arah, informasi seputar satwa, hingga penanganan lainnya.

Studi oleh Izzah et al. (2020) di Zoo Negara, Malaysia, juga menunjukkan bahwa dimensi *empathy* memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan wisatawan. Hal serupa terlihat di Bali Zoo, di mana pengunjung menilai tinggi sikap peduli karyawan terhadap pengunjung. Dari sisi *reliability*, pengunjung menilai bahwa prosedur pembelian tiket, penyampaian jadwal atraksi, serta pemeliharaan fasilitas berjalan sesuai harapan. Hal ini mendukung studi oleh Ridwan & Sukriadi, 2022), yang menunjukkan bahwa pelaksanaan jam operasional dan keakuratan informasi sangat menentukan kepuasan di kawasan wisata alam. Selain aspek layanan, kondisi *tangible* seperti toilet, tempat duduk dan lainnya berkontribusi terhadap persepsi positif pengunjung.

D. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hasil ini didukung oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari $\alpha = 0,05$), serta koefisien regresi sebesar 0,287, yang berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pengunjung sebesar 0,287 poin. Nilai t-hitung sebesar 9,486 juga memperkuat bukti adanya pengaruh yang signifikan. Berdasarkan nilai R Square sebesar 0,476, diketahui bahwa 47,6% variasi kepuasan pengunjung dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh staff sudah maksimal. Namun, hal ini masih perlu untuk ditingkatkan dengan memberikan pelatihan secara berkala kepada staff agar dapat memberikan pelayanan yang sigap dan nyaman kepada para pengunjung Bali Zoo. Selain itu, terus mengingatkan disetiap *breafing* terkait kesigapan dalam melayani pengunjung. Karyawan yang menunjukkan sikap ramah, cepat tanggap, dan berpakaian rapi akan memberikan kesan positif kepada pengunjung, sehingga menumbuhkan keinginan untuk berkunjung kembali. Kepuasan pengunjung juga tercermin dari reaksi mereka di platform digital, seperti unggahan atau ulasan positif di media sosial atau situs

ulasan wisata. Hal ini berarti pengunjung merasa puas hingga bersedia membagikan pengalaman mereka dan merekomendasikan Bali Zoo kepada orang lain untuk dikunjungi.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Cahyani, E., Nururrohmah, T., Deka, C. F., & Saleh, M. Z. (2024). The role of service quality in building customer satisfaction. *Journal of Management and Creative Business*, 2(4), 192–205. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v2i4.3300>
- Clark, V. L. P., & Creswell, J. W. (2005). *Student Study Guide To Accompany Creswell's Educational Research: Planning, Conducting, And Evaluating Quantitative And Qualitative Research*. Merrill.
- Elake, A. A., Saleky, S. R. J., & Ufie, A. J. R. (2024). Fasilitas wisata dan pengaruhnya terhadap minat berkunjung kembali ke Pantai Hunimua, Kabupaten Maluku Tengah. *Jurnal Administrasi Terapan*, 1(2), 264–272.
- Firdausi, H. S., Alvianna, S., Puspawigati, A., & 'Ulya, A. F. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di The Legend Star Park Jawa Timur Park 3 Batu. *Jurnal Pariwisata Tourista*, 4(2), 75–79. <https://doi.org/10.26905/jt.v4i2.15010>
- Izzah, N. F., Albattat, A., & Jamaludin, A. (2020). Tourist Satisfaction of Service Quality In Zoo Negara, Kuala Lumpur. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 4(9), 3529–3536.
- Jumawan, J., & Prasetyo, A. I. (2024). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Wuling Arista Bekasi. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(12).
- Lestari, G. A. M. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung taman wisata: Bukti fisik, empati, kehandalan, daya tanggap, jaminan. *Jurnal Visionida*, 7(1), 54–66.
- Mumtaza, F. A., & Millanyani, H. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada urbans travel. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 1645–1661.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://doi.org/10.1177/002224378001700405>
- Pandriansyah, P., & Sigiro, B. (2024). Analysis of public service quality from tangible and reliability dimensions (Case study at the population and civil registration office of Empat Lawang Regency). *JURNAL ISIP VOICE: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(2), 39–50. <https://doi.org/10.58222/jiv.v3i2.1026>

- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pratama, I. G. S., & Wiraguna, I. M. I. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung ke Bali Zoo di Singapadu, Gianyar. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 1(1), 45–54.
- Ridwan, M., & Sukriadi, E. H. (2022). Pengaruh Fasilitas Wisata dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda Bandung. *Manajemen Dan Pariwisata*, 1(2), 201–214. <https://doi.org/10.32659/jmp.v1i2.212>
- Rizky, M., & Ratnasari, K. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Museum Nasional Indonesia Jakarta Pusat. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 3, 405–413. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol3.2024.248>
- Rostiana, K., Bawono, G. T., & Vieri, D. (2024). Peran Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen. *EBISMAN EBisnis Manajemen*, 2(4), 60–67. <https://doi.org/10.59603/ebisman.v2i4.594>
- Sinollah, S., & Masruroh, M. (2019). Pengukuran kualitas pelayanan (ServQual-Parasuraman) dalam membentuk kepuasan pelanggan sehingga tercipta loyalitas pelanggan. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(1), 45–64. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i1.285>