MABHA JURNAL
Vol. 6, No. 1, Mei 2025, Hal. 8-17

E-ISSN: 2776-5598, P-ISSN: 2746-8941
ejournal.mandalabhakti.ac.id

KUNCI KEBERSIHAN: PENGALAMAN TAMU DI AREA PUBLIK HOTEL ROS IN YOGYAKARTA

Dwi Endaryanti[1*], Ade Riawan[2], Fera Dhian Anggraini[3]
[1,2]Akademi Pariwisata Indraphrasta, Indonesia
[3]Akademi Pariwisata Dharma Nusantara Sakti, Indonesia
endaryanti85@rocketmail.com[1*]; aderiawan338@gmail.com[2]; feesroby@gmail.com[3]

Abstrak

Kebersihan area publik merupakan salah satu kunci untuk menciptakan pengalaman tamu di Hotel. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kebersihan area publik di Hotel Ros In Yogyakarta dalam menciptakan pengalaman positif tamu. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif untuk menjelaskan pengalaman positif yang diperoleh tamu terhadap kebersihan area publik Hotel Ros In Yogyakarta. Data penelitian dikumpulkan dengan wawancara mendalam kepada empat tamu yang menginap di Hotel Ros In dalam waktu tiga bulan terakhir yaitu Februari hingga Maret 2025. Penelitian ini juga melakukan observasi langsung selama tiga bulan di tiga area publik Hotel Ros In Yogyakarta yaitu lobi, restoran, dan *meeting room*. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi ditemukan bahwa kebersihan di tiga area publik Hotel Ros In Yogyakarta sangat berperan dalam membentuk pengalaman positif tamu. Empat tamu yang merasakan kebersihan optimal area publik Hotel Ros In Yogyakarta cenderung memberikan penilaian positif terhadap keseluruhan pengalaman menginapnya. Hasil observasi juga memperlihatkan adanya kebersihan yang terjaga dengan baik di tiga area publik Hotel Ros In Yogyakarta. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah manajemen hotel harus selalu menjaga kebersihan area publik hotel secara konsisten untuk menciptakan citra hotel melalui pengalaman positif tamu selama menginap.

Kata Kunci: Kebersihan, Pengalaman, Area Publik, Hotel

Abstract

Public area cleanliness is a crucial foundation for shaping guest' pleasant experience in hotels. This research aims to analyze the role of public area cleanliness at Hotel Ros In Yogyakarta in creating guest' pleasant experience. Employing a descriptive qualitative method, the study explored the guest' pleasant experience through in-depth interviews with four guests who have stayed at the hotel within the last three month, namely February to March 2025. This research also conducted a three-month direct observation in three key public areas: the lobby, restaurant, and meeting room. The findings consistently demonstrate that optimal cleanliness in all three public areas of Hotel Ros In Yogyakarta significantly influences the construction of guest' pleasant experince, with guests perceiving cleanliness tending to give positive reviews of their overall stay. The field observations also corroborate the well-maintained cleanliness in these areas. The practical implication of this research underscores the necessity for hotel management to consistently uphold public area cleanliness standards to cultivate a strong hotel image through guest' pleasant experiences.

Keywords: Cleanliness, Experience, Public Area, Hotel

1. PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan salah satu industri jasa yang sangat kompetitif sehingga menuntut setiap pelaku bisnisnya untuk terus dapat berinovasi dan memberikan pelayanan terbaik bagi para tamu. Industri perhotelan adalah sektor layanan yang memiliki keterkaitan dengan pengalaman tamu melalui berbagai layanan akomodasinya (Rahmafitria, 2019; Anggraini & Rahmayanti, 2023). Beragam ekosistem dalam industri perhotelan merupakan elemen yang saling mendukung untuk menciptakan pengalaman positif tamu, seperti layanan, fasilitas, organisasi perusahaan, dan sumber daya manusia (Astawa et al., 2021). Aktivitas hotel yang berkaitan dengan layanan dan sumber daya manusia dapat berpengaruh terhadap pengalaman positif tamu selama menginap di hotel (Zulfikar et al., 2023).

Layanan hotel mencakup standar kebersihan yang tinggi dalam keseluruhan areanya. Salah satu area hotel yang selalu diprioritaskan dan diperhatikan kebersihannya adalah area publik. Pembersihan area publik hotel membutuhkan sumber daya manusia yang profesional untuk menghasilkan lingkungan area publik yang bersih, sehat, rapi, nyaman, dan memberikan kesan positif bagi seluruh tamu hotel (Martina, 2019). Kebersihan hotel merupakan standar minimal yang harus dipenuhi oleh setiap hotel (Mularsari, 2022). Kebersihan yang baik merupakan kunci terciptanya pengalaman positif bagi tamu sehingga tamu akan merasa lebih nyaman dan memungkinkan untuk kembali lagi ke hotel tersebut (Hananto, 2023). Kebersihan juga merupakan faktor penentu bagi keberhasilan operasional hotel yang meliputi kebersihan di semua bagian hotel terutama pada bagian area publik hotel yang selalu dilalui dan dilewati oleh tamu (Mufidah, 2021).

Area publik dalam sebuah hotel merupakan bagian terpenting dalam hotel karena memberikan kontribusi besar terhadap keseluruhan pengalaman menginap tamu. Area publik hotel adalah ruang atau fasilitas yang dapat digunakan oleh semua tamu tanpa terkecuali (Kusuma & Semara, 2023). Area publik hotel terdiri dari lobi, restoran, kafe, bar, kolam renang, area rekreaksi, kamar mandi umum, tempat ibadah, koridor, dan lift. Pada dasarnya area publik hotel dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan tamu, seperti bersantai dan bersosialisasi sehingga harus selalu terjaga kebersihannya. Kebersihan area publik hotel mencakup kebersihan fisik dan kebersihan non-fisik, seperti bebas dari bau tak sedap, pencahayaan, dan suhu (Artha, 2024). Hamsal & Abdinagoro (2021) menyatakan bahwa kebersihan area publik merupakan investasi jangka panjang bagi hotel karena dapat membantu meningkatkan citra baik hotel dan menarik tamu lebih banyak.

Kebersihan area publik hotel yang terjaga dengan baik akan menimbulkan pengalaman positif bagi tamu yang dapat berpengaruh terhadap tingkat hunian hotel dan menjadi salah satu faktor penentu pengalaman positif bagi tamu hotel (Singgalen, 2024). Pengalaman positif yang

E-ISSN: 2776-5598, P-ISSN: 2746-8941
ejournal.mandalabhakti.ac.id

dirasakan tamu terkait kebersihan area publik dalam suatu hotel dapat dijadikan sebagai tolok ukur keberhasilan hotel dalam menciptakan pengalaman menginap yang berkesan. Pengalaman positif merupakan bukti nyata bahwa hotel mampu memenuhi harapan tamu (Rianti & Prastian, 2024). Pengalaman positif dapat melibatkan berbagai penginderaan tamu, seperti tampilan visual, penciuman, hingga sentuhan (Spence, 2022). Kebersihan dan pengalaman merupakan dua hal yang yang tidak dapat dipisahkan dari industri perhotelan karena kebersihan merupakan fondasi dari pengalaman tamu yang memuaskan.

Hotel Ros In Yogyakarta merupakan salah satu hotel bintang empat di Yogyakarta yang selalu mengoptimalkan kebersihan pada area publik. Hotel Ros In Yogyakarta memiliki tim tata graha profesional yang khusus membersihkan area publik. Area publik di Hotel Ros In Yogyakarta meliputi lobi, *meeting room*, kolam renang, restoran, café, bar, koridor, lift, arena rekreasi, area kesehatan, dan lainnya. Hotel Ros In Yogyakarta selalu mengupayakan memberikan layanan terbaik melalui kebersihan di setiap area publik yang dilakukan secara konsisten. Penelitian ini bertujuan untuk untuk menganalisis kebersihan di tiga area publik di Hotel Ros In Yogyakarta yang terdiri dari lobi, restoran, dan *meeting room* dalam menciptakan pengalaman positif tamu. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi hotel lain di Yogyakarta dalam meningkatkan kebersihan di area publik dan menjadi masukan bagi manajemen Hotel Ros In Yogyakarta untuk lebih meningkatkan kebersihan area publiknya secara konsisten dalam menciptakan citra hotel melalui pengalaman positif tamu selama menginap.

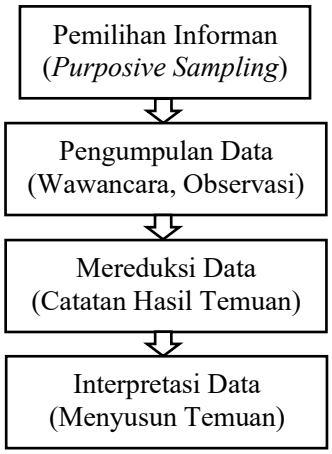
2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan secara mendalam pengalaman positif yang diperoleh tamu terkait dengan kebersihan di tiga area publik Hotel Ros In Yogyakarta yang terdiri dari lobi, restoran, dan *meeting room*. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis untuk lebih menonjolkan proses dan makna (Sari et al., 2022). Penelitian kualitatif merupakan suatu proses investigasi yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan yang diamati dan diinterpretasikan dari fenomena sosial yang terjadi (Abdussamad, 2021). Penelitian ini dilakukan di Hotel Ros In Yogyakarta yang merupakan salah satu hotel bintang empat yang selalu menerapkan standar kebersihan tinggi pada area publik hotel melalui tim tata graha profesional.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan oleh peneliti melalui wawancara mendalam kepada empat tamu Hotel Ros In Yogyakarta dan observasi langsung di tiga area publik hotel selama tiga bulan terhitung dari bulan Februari hingga April 2025. Pemilihan empat informan yang dilibatkan menggunakan teknik *non probability sampling* yang dipilih oleh peneliti sendiri secara sengaja berdasarkan kebutuhan penelitian. Teknik *non probability sampling* adalah teknik

E-ISSN: 2776-5598, P-ISSN: 2746-8941
ejournal.mandalabhakti.ac.id

pemilihan sampel penelitian secara tidak acak sehingga sampel yang dipilih memiliki karakteristik tertentu disesuaikan dengan tujuan penelitian (Arikunto, 2019). Empat informan yang dipilih merupakan tamu Hotel Ros In Yogyakarta yang menginap dalam kurun waktu tiga bulan terkahir yang terdiri dari dua *gender* laki-laki dan dua *gender* perempuan. Keempat informan tersebut telah merasakan dan mengalami secara langsung area publik Hotel Ros In Yogyakarya yang terkait dengan kebersihan yang menimbulkan pengalaman positif yang berkesan. Berikut adalah alur dari metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini:



Gambar 1. Alur Metode Penelitian

Sumber: Arikunto (2019)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menjelaskan pengalaman positif yang diperoleh tamu terkait dengan kebersihan di tiga area publik Hotel Ros In Yogyakarta yang terdiri dari lobi, restoran, dan *meeting room,* serta menjelaskan dimensi kebersihan area publik hotel yang berperan penting pada pengalaman positif tamu. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan empat informan dan pengamatan dari observasi lapangan di tiga area publik Hotel Ros In Yogyakarta, ditemukan terdapat adanya pola utama bahwa kebersihan pada tiga area publik hotel sangat berpengaruh terhadap pengalaman positif tamu Hotel Ros In Yogyakarta.

Area publik merupakan bagian yang paling krusial di Hotel Ros In Yogyakarta karena menjadi pusat aktivitas tamu dengan intensitas tinggi. Hotel Ros In Yogyakarta memiliki publik area dengan desain interior yang menawan dan suasana Jawa yang hangat dan menyenangkan. Manajemen Hotel Ros In Yogyakarta sangat menyadari bahwa kunci keberhasilan operasional hotel dimata tamu dan pelanggan sangat dipengaruhi oleh faktor kebersihan, salah satunya kebersihan dalam area publik. Terdapat tiga area publik Hotel Ros In Yogyakarta yang masing-masing berperan dalam membentuk pengalaman positif tamu yang menginap. Area publik yang

E-ISSN: 2776-5598, P-ISSN: 2746-8941
ejournal.mandalabhakti.ac.id

paling utama di Hotel Ros In Yogyakarta adalah lobi yang posisinya berada di lantai satu hotel dengan petugas kantor depan yang selalu siap menyapa dan melayanai tamu dengan ramah dan penuh kehangatan. Lobi Hotel Ros In Yogyakarta merupakan bagian pertama dalam area publik yang kebersihannya sangat terjaga dengan sempurna. Lobi hotel menjadi pondasi utama dalam menciptakan pengalaman positif tamu sejak pertama kali menginjakkan kaki di hotel.

Gambar 2. Lobi Hotel Ros In Yogyakarta

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Area publik kedua yang menjadi kunci pengalaman positif tamu saat menginap di Hotel Ros In Yogyakarta adalah kebersihan pada bagian restoran yang posisinya berada di lantai satu, sejajar dengan arah lobi hotel. Sebagai salah satu area publik yang menjadi pusat kegiatan tamu, restoran di Hotel Ros In Yogyakarta secara langsung berkontribusi pada pengalaman positif tamu melalui kebersihannya yang terjaga dengan baik sehingga dapat menciptakan lingkungan yang higienis dan meningkatkan selera makan tamu.

Gambar 3. Restoran Hotel Ros In Yogyakarta

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Area publik hotel terakhir yang berperan penting dalam membentuk pengalaman positif tamu terkait dengan kebersihan di Hotel Ros In Yogyakarta adalah *meeting room*. *Meeting room* di Hotel Ros In Yogyakarta terdiri dari beberapa bagian yang menjadi fasilitas utama hotel dalam

E-ISSN: 2776-5598, P-ISSN: 2746-8941
ejournal.mandalabhakti.ac.id

pemenuhan kebutuhan tamu. Hotel Ros In Yogyakarta memiliki *meeting room* dengan ukuran dan daya tamping yang bervariasi, mulai dari *meeting room* yang dapat menampung 10 orang hingga *ballroom* yang dapat menampung hingga ribuan orang.

Gambar 4. *Meeting Room* Hotel Ros In Yogyakarta
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

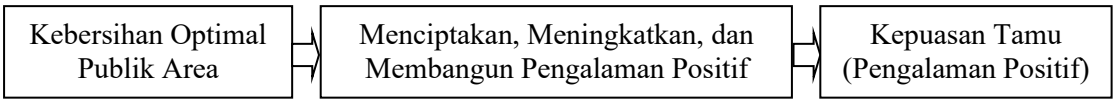
Ketiga area publik Hotel Ros In Yogyakarta tersebut merupakan area paling utama yang sangat terjaga kebersihannya dan terlihat secara visual, dimana tidak ditemukan debu, noda, sampah, atau ketidakberaturan perabot yang dapat mengganggu estetika dan kenyamanan. Proses pembersihan area publik Hotel Ros In Yogyakarta dilakukan secara rutin dan bertahap oleh tim profesional tata graha yang terbagi dalam tiga *shift* di setiap harinya. Area publik menjadi perhatian utama oleh tim tata graha Hotel Ros In Yogyakarta. Lobi, restoran, dan *meeting room* Hotel Ros In Yogyakarta tertata dengan bersih, rapi, dan terbebas dari kotoran ataupun debu sehingga membuat tamu dapat merasakan kesan visual yang mewah dan menyenangkan. Kondisi bersihnya ketiga area publik Hotel Ros In Yogyakarta tersebut sejalan dengan hasil wawancara terhadap informan kedua berinisial TS yang mengatakan bahwa "*Saya sedang menunggu teman di lobi lumayan lama, namun karena sofa yang saya duduki wangi, empuk, dan bersih jadi ga merasa bosan*". Kebersihan area publik Hotel Ros In Yogyakarta yang selalu terjaga menjadikan Hotel Ros In Yogyakarta mendapatkan persepsi yang baik dari tamu, seperti yang dikatakan oleh informan ketiga dengan inisal WSA "*Saya sudah beberapa kali menghadiri meeting di sini, saya suka dengan fasilitas meeting roomnya yang bersih dan harum. Selain itu juga lingkungan di restorannya sangat bersih karena peralatan makan yang sudah tidak digunakan langsung segera dibereskan oleh stafnya*".

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan ditemukan bahwa kebersihan ketiga area publik Hotel Ros In Yogyakarta memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman positif tamu. Kebersihan menjadi kunci dalam menciptakan kesan pertama yang tak terlupakan sekaligus

menjadi investasi strategis dalam menciptakan pengalaman tamu yang unggul dan membangun keberhasilan jangka panjang Hotel Ros In Yogyakarta. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian dari Astuti & Nisa (2020) yang menyatakan bahwa kebersihan dan kerapihan fasilitas hotel secara simultan dapat memengaruhi persepsi positif tamu. Pengalaman positif tamu yang didapatkan dari faktor kebersihan tersebut mendukung teori pengalaman dari Joseph & Gilmore (1999). Joseph & Gilmore (1999), dalam teorinya menekankan pada pergeseran ekonomi dari komoditas dan jasa pelayanan ke pengalaman dengan menjadikan sektor bisnis sebagai pencipta pengalaman yang berkesan bagi pelanggan. Hotel Ros In Yogyakarta menjadikan tiga area publiknya sebagai sektor bisnis yang secara sadar dirancang dan dikelola untuk menciptakan pengalaman yang berkesan bagi tamu melalui kebersihan yang terjaga dengan sempurna dan melampaui dari sekadar penyediaan fasilitas fisik dan layanan dasar.

Tamu yang merasakan kebersihan optimal di tiga area publik Hotel Ros In Yogyakarta cenderung memberikan penilaian positif terhadap keseluruhan pengalaman menginapnya. Hotel Ros In Yogyakarta berhasil menciptakan pengalaman positif tamu melalui upayanya dalam menjaga kebersihan area publik secara konsisten dengan menerapkan standar kebersihan tinggi layaknya hotel bintang empat pada umumnya. Temuan penelitian dari hasil wawancara tersebut juga didukung oleh temuan yang didapat di lapangan dari hasil observasi langsung yang dilakukan. Berdasarkan hasil obrservasi ditemukan bahwa ketiga area publik Hotel Ros In Yogyakarta yang meliputi area lobi, restoran, dan *meeting room* memperlihatkan kebersihan yang optimal. Hal tersebut dibuktikan dengan tidak adanya sampah, noda pada lantai atau furniture lainnya, serta bau harum di tiga area publik.

Berdasarkan hasil penelitian pada tiga area publik Hotel Ros In Yogyakarta, dapat dijelaskan bahwa kebersihan area publik menjadi kunci utama dalam membentuk pengalaman positif tamu. Berikut adalah bagan pengalaman postif yang dihimpun dari wawancara dengan informan penelitian:



Gambar 5. Hasil Penelitian Pengalaman Positif Tamu

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kebersihan di tiga area publik Hotel Ros In Yogyakarta dengan pengalaman positif yang dirasakan oleh tamu. Kebersihan yang optimal di area publik Hotel Ros In Yogyakarta berkontribusi secara langsung pada pembentukan persepsi positif tamu yang dapat meningkatkan kenyamanan dan mendorong loyalitas tamu ketika berada dan menginap di hotel. Tamu cenderung mengaitkan tingkat

E-ISSN: 2776-5598, P-ISSN: 2746-8941
ejournal.mandalabhakti.ac.id

kebersihan dengan kualitas layanan secara keseluruhan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian dari Fradiana et al. (2023), yang menemukan bahwa kebersihan yang terjaga dengan baik dapat memberikan kesan positif bagi hotel dengan selalu memperhatikan setiap detail proses pembersihannya. Temuan tersebut juga diperkuat oleh hasil wawancara dengan informan pertama berinisial LN yang mengatakan bahwa "*Saya merasa sangat nyaman dan betah berada di lobi hotel ini. Tempatnya yang bersih membuat saya merasa seperti lagi berada di rumah*".

Kebersihan yang optimal dapat menciptakan lingkungan yang nyaman dan menyenangkan bagi tamu Hotel Ros In Yogyakarta. Tamu merasa lebih rileks dan betah ketika berada di area publik yang bersih. Tamu yang merasakan kebersihan di tiga area publik Hotel Ros In Yogyakarta menyatakan bahwa harga yang telah dibayarkan sebanding dengan kualitas layanan yang diterima, seperti yang disampaikan oleh informan keempat berinisial LK bahwa "*Kebersihan yang diperlihatkan di sini membuat pengalaman menginap saya menjadi lebih berkesan dan menyenangkan. Saya merasa mendapatkan nilai lebih dari harga yang saya bayarkan*". Berikut adalah bagan dari temuan pengalaman positif yang dihasilkan dari penelitian ini:

Gambar 6. Hasil Temuan Pengalaman Positif Tamu

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Temuan penelitian ini memberikan implikasi positif bagi manajemen Hotel Ros In Yogyakarta secara khusus dan industri perhotelan pada umumnya. Hotel perlu berupaya secara konsisten dalam menjaga kebersihan area publik untuk mempertahankan reputasi yang baik dan meningkatkan kepuasan tamu.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan yang telah dipaparkan dalam hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa persepsi tamu terhadap kebersihan area publik hotel memiliki pengaruh langsung terhadap pembentukan pengalaman positif selama menginap. Kebersihan yang terjaga dengan baik pada area publik hotel tidak hanya menciptakan lingkungan yang nyaman secara visual dan fisik tetapi juga berperan penting dalam membangun keyakinan tamu terhadap standar kebersihan dan kualitas layanan yang diterapkan oleh pihak hotel secara keseluruhan. Penelitian ini menekankan bahwa pemeliharaan kebersihan area publik hotel merupakan kegiatan operasional

rutin sekaligus sebuah investasi strategis yang signifikan dalam upaya menciptakan pengalaman tamu yang unggul dan berkelanjutan yang dapat berkontribusi pada citra positif dan potensi loyalitas tamu terhadap hotel.

5. REFERENSI

Abdussamad, Zuchri. (2021). Metode Penelitian Kualitatif. Makasar: CV Syakir Media Press.

Arikunto, S. (2019). Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.

Anggraini, F. D. & Rahmayanti, S. Z. (2023). Strategi Food and Beverage Department dalam Upaya Menarik Tamu Guna Meningkatkan Pendapatan di Hotel Horaios Malioboro. *Mabha Jurnal, 4*(1), 11-23. https://doi.org/10.70018/mb.v4i1.56

Artha, I. (2024). *Pengaruh Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja Fisik Dan Pengalaman Kerja di Kayumanis Sanur Private Villa & Spa* (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).

Astawa, I. K., Budarma, I. K., & Widhari, C. I. S. (2021). *Manajemen Supervisi Hotel: Orientasi Green Hospitality Business Practices*. Penerbit NEM.

Astuti, R. P., & Nisa, K. (2020). Pengaruh Fasilitas Hotel & Kualitas Pelayanan Departemen Pemasaran terhadap Kepuasan Tamu di Syariah Hotel Solo. *Mabha Jurnal, 1*(1), 59-82. https://doi.org/10.70018/mb.v1i1.18

B. Joseph Pine II & James H. Gilmore. (1999). The Experience Economy : work is Theatre and Every Business a Stage, Harvard Business School Press, Boston.

Fradiana, I. G. S., Arthini, N. N. S., & Wulan, A. A. I. R. S. (2023). Preferensi Tamu Terhadap Pelayanan Room Attendant di Four Points by Sheraton Bali, Ungasan. *Journal of Hospitality Accommodation Management (JHAM)*, *2*(2), 77-86.

Hamsal, M., & Abdinagoro, S. B. (2021). *Sustainable Tourism Pariwisata Wisata di Era Normal Baru*. Scopindo Media Pustaka.

Hananto, K. (2023). Persepsi Tamu Terhadap Penggunaan Teknologi di Hotel-Hotel Yogyakarta Menuju Pariwisata Cerdas. *Metta: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, *3*(3), 328-339.

Kusuma, I. K. B. J., & Semara, I. M. T. (2023). Peranan Housekeeping dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Tamu di Hotel. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, *2*(12), 2663-2672.

Martina, E. (2019). Kinerja Public Area Attendant di Saat Full Event Di Hotel Batiqa Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, *5*(2), 177-184.

Mufidah, A. Z. (2021). Strategi Pemasaran Hotel Harris Barelang dan Golden View Batam Hotel.

Mularsari, A. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata di Bidang Jasa Pelayanan Hotel Roosseno Plaza Jakarta Di Masa New Normal Era. *Turn Journal*, *2*(1), 17-30.

Rahmafitria, F. (2019). Eco-resort dan green hotel di indonesia: model sarana akomodasi yang berkelanjutan. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, *11*(2), 13-34.

Rianty, S. P., & Prastian, A. N. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Sari Ater Kamboti. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, *10*(4), 2566-2573.

Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Iffah, J. D. N., ... & Sulistiana, D. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Unisma Press.

Singgalen, Y. A. (2024). Hotel Customer Satisfaction: A Comprehensive Analysis of Perceived Cleanliness, Location, Service, and Value. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, *5*(3), 352-369.

Spence, C. (2022). Sensehacking the guest's multisensory hotel experience. *Frontiers in Psychology*, *13*, 1014818.

Zulfikar, I. A., Savitri, F. M., Sahab, M., Lila, S. V., & Tuhu, K. H. (2023). Implementasi Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada Perusahaan Dan Manfaatnya. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran (JUMPER)*, *1*(2).