

---

# Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Mengwi

Ni Putu Dian Putri Pratiwi <sup>(1)</sup>  
IAP. Widani Sugianingrat <sup>(2)</sup>  
I Wayan Suartina <sup>(3)</sup>

<sup>(1)(2)(3)</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia  
e-mail: [dianputripratiwi17@gmail.com](mailto:dianputripratiwi17@gmail.com)

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to determine the effect of both partial and simultaneous quality of service and promotional strategies on customer satisfaction. This study was conducted at Pondok Nyoman Bagus Di Pererenan Mengwi, with a population of 1,440 people and a sample of 94 people using the technique of slovin and with the method of determining samples using non random sampling. The research instruments used in this study are validity tests and reliability tests, then classical assumption tests and multiple linear regression analysis. Based on the results of the study, it was found that partially the quality of service and promotional strategies had a positive and significant effect on customer satisfaction at Pondok Nyoman Bagus in Pererenan Mengwi. The quality of service and promotional strategies simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction at Pondok Nyoman Bagus in Pererenan Mengwi. Advice given to maintain a friendly quality of service, then optimize promotional strategies through social media to increase customer visits.*

**Keywords:** *Quality of service; Promotional Strategy; Customer Satisfaction*

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh baik secara parsial dan simultan kualitas pelayanan dan strategi promosi terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada Pondok Nyoman Bagus Di Pererenan Mengwi, dengan jumlah populasi sebanyak 1.440 orang dan sampelnya sebanyak 94 orang dengan menggunakan teknik slovin dan dengan metode penentuan sampel menggunakan *non random sampling*. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas, kemudian dilakukan uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan dan strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Mengwi. Kualitas pelayanan dan strategi promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Mengwi. Saran yang diberikan agar menjaga kualitas pelayanan yang ramah, kemudian mengoptimalkan strategi promosi melalui media sosial untuk meningkatkan kunjungan pelanggan.

**Kata kunci:** *Kualitas Pelayanan; Strategi Promosi; Kepuasan Pelanggan*

---

## Pendahuluan

Persaingan di dalam dunia bisnis mengalami peningkatan seiring berkembangnya berbagai merk atau produk pada era globalisasi sehingga menuntut para pelaku usaha untuk dapat menciptakan dan menerapkan strategi pemasaran dengan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama perusahaan. Menurut Kotler (2012:150), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Perasaan senang atau kecewa tersebut terbentuk di dalam diri konsumen melalui kualitas produk, harga dan lokasi yang dirasakan (Bailia dkk., 2014).

Perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya kualitas pelayanan bagi pelanggan secara lebih matang karena saat ini semakin disadari bahwa pelayanan sangat penting. Adanya pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan dalam melakukan transaksi atau membeli suatu produk, maka pelanggan akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk melakukan pembelian ulang dan bahkan mengajak orang lain (Mulyana dan Andreani, 2019). Tjiptono (2015) menyatakan bahwa kualitas atau mutu dalam industri jasa adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Tjiptono (2015) menyatakan bahwa kualitas atau mutu dalam industri jasa adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

Salah satu hal yang mampu mendukung terciptanya kepuasan pelanggan yaitu dengan mengoptimalkan strategi promosi dimana dengan adanya strategi promosi menjadi salah satu kunci untuk tantangan perusahaan yang bergerak pada bidang jasa. Strategi promosi menjadi sarana komunikasi antara penjual dan pembeli untuk menyampaikan manfaat dan kegunaan dari suatu produk dan jasa yang mereka tawarkan. Agustina (2011) menyatakan bahwa promosi dapat dikaitkan dengan suatu penawaran-penawaran khusus bagi pelanggan. Menurut Lamb *et al.* (2001 : 146) strategi promosi adalah rencana untuk penggunaan yang optimal dari elemen-elemen promosi seperti periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi dan promosi penjualan. Assauri (2014: 265) menyatakan bahwa promosi merupakan suatu usaha perusahaan untuk mempengaruhi dan merayu (*persuasive communication*) calon pembeli, melalui pemakaian segala unsur acuan pemasaran.

Bidang pariwisata merupakan salah satu bidang yang memiliki peranan penting dalam perekonomian masyarakat Bali. Kemajuan perkembangan pariwisata menjadi daya tarik

---

tersendiri bagi wisatawan untuk melakukan kegiatan pariwisata di Bali. Majunya industri pariwisata suatu daerah sangat bergantung kepada jumlah wisatawan yang datang, karena itu harus ditunjang dengan peningkatan pemanfaatan Daerah Tujuan Wisata sehingga industri pariwisata akan berkembang dengan baik. Perkembangan sektor pariwisata diikuti oleh perkembangan usaha dan industri seperti hotel, *guest house*, villa, restaurant, travel agent dan pemanfaatan lingkungan sebagai destinasi wisata.

Pondok Nyoman Bagus merupakan salah satu penyedia layanan jasa *guest house and restaurant* yang berlokasi di Desa Pererenan, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung. Pondok Nyoman Bagus memiliki letak yang strategis karena dekat dengan tempat wisata lain, seperti Pantai Pererenan (Patung Gajah Mina), Canggu Club, Echo Beach, Pantai Tanah Lot dan destinasi wisata lainnya. Pondok Nyoman Bagus juga memiliki beberapa fasilitas seperti, *guest house, restaurant, pool, rent bike, rent car, rent motor bike, coffee corner, dan SPA*.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan penulis, diketahui dengan letak yang strategis dan fasilitas yang lengkap pada Pondok Nyoman Bagus masih saja terdapat ketidakstabilan bahkan penurunan jumlah tamu yang menginap dari tahun ke tahun. Dimana pada tahun 2017 kunjungan tamu ke Pondok Nyoman Bagus mengalami penurunan sebanyak (127,84%) dengan jumlah 1.458 orang. Kemudian tahun 2018 mulai meningkat lagi sebesar (56,37%) dan mengalami penurunan lagi pada tahun 2019 dengan persentase penurunan sebesar (132,08%).

Penurunan jumlah tamu dikarenakan beberapa keluhan wisatawan yang menginap berhubungan dengan kepuasan pelanggan selama menginap di Pondok Nyoman Bagus. keluhan yang dialami oleh pengunjung selama menggunakan fasilitas yang terdapat pada Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Badung, dimana pada tahun 2017 jumlah data keluhan sebanyak 54 data, kemudian meningkat pada tahun berikutnya menjadi 98 data keluhan dan pada tahun 2019 jumlah keluhannya sebanyak 75 data keluhan. Beberapa keluhan yang sering dialami oleh pelanggan yaitu masalah kualitas pelayanan kepada pelanggan seperti kurang bersihnya kamar, jaringan wifi yang tidak baik dan perlengkapan Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Badung jarang diganti. Selain itu minimnya informasi atau promosi-promosi juga menjadi keluhan pelanggan seperti kurangnya informasi tentang tempat fasilitas yang disediakan oleh Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Badung dan jarang dipublikasikan informasi terbaru yang tersedia pada laman sosial seperti instagram atau facebook yang dimiliki oleh Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Badung.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang terjadi pada Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Badung terkait belum optimalnya pemberian pelayanan kepada para pelanggan seperti

---

waktu tunggu penerimaan *check-in* yang masih lama, kurang sigap dan tanggapnya staff dalam menanggapi keluhan pelanggan, komunikasi antara staff dengan pelanggan yang terkadang masih terkendala oleh keterbatasan berbahasa asing sehingga sering terjadi kesalahpahaman antara staff dengan pelanggan atau tamu.

Selain faktor kualitas pelayanan, fenomena atau permasalahan yang terjadi pada Pondok Nyoman di Pererenan Mengwi dimana adanya permasalahan terkait strategi promosi yang dilakukan masih sedikit. Pondok Nyoman Bagus saat ini hanya melakukan promosi dalam bentuk *personal selling* atau komunikasi langsung antara pelanggan/tamu dengan staff saat melakukan survey pemasaran kelapangan dimana tempat berkumpulnya pelanggan. Kegiatan ini dianggap belum menarik minat bagi para pelanggan, apalagi kegiatan *personal selling* ini tidak dilakukan dengan rutin dan hanya melakukan sedikit pemasaran melalui media komunikasi berupa *website* yang masih minim informasi dan pegawai cenderung kurang tanggap dalam merespon pertanyaan pelanggan ketika bertanya pada media sosial sehingga terdapat beberapa permasalahan dalam segi komunikasi baik antara pelanggan dengan pihak Pondok Nyoman Bagus.

Minimnya strategi *mass selling* yaitu dengan alat komunikasi atau telepon yang kurang interaktif bagi pelanggan yang ingin mengetahui tentang Pondok Nyoman Bagus. Segi *public relations* para pelanggan belum memiliki kesan dan opini yang mendukung kepada Pondok Nyoman Bagus dan dari segi promosi penjualan perlu menambah pemberian diskon atau potongan harga bagi para pelanggan agar pelanggan merasa puas.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, dengan adanya beberapa fenomena yang ditemukan pada Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Mengwi, maka penulis tertarik untuk mengkaji secara lebih mendalam mengenai variabel kualitas pelayanan, strategi promosi dan kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2015), kualitas atau mutu dalam industri jasa adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Maka penting bagi perusahaan untuk menjaga kualitas pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan agar merasakan kepuasan dan tidak berpaling ke kompetitor lainnya. Hal ini sesuai dengan penelitian dari Ribka dan Lisbeth (2016) dimana secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dari Yanti dan Suastipuja (2021), Marpaung (2017) dan Agrasadya (2019) juga menyatakan bahwa secara parsial adanya hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Hal ini berarti dengan mampu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan pegawai perusahaan kepada para pelanggan

---

maka mampu meningkatkan kepuasan para pelanggan dan memberikan kesenangan bagi pelanggan. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis penelitian ini adalah :

H<sub>1</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Mengwi.

Tjiptono (2008) menyatakan bahwa strategi promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Walaupun tingginya kualitas suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari Ribka dan Lisbeth (2016) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara parsial strategi promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian dari David dan Lego (2016), Agrasadya (2019) dan Eka Yanti & Made Suastipuja (2021) juga menyatakan bahwa dalam hasil penelitiannya jika strategi promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi dapat dikatakan bahwa dengan meningkatkan dan strategi promosi yang baik pada perusahaan maka mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis penelitian ini adalah :

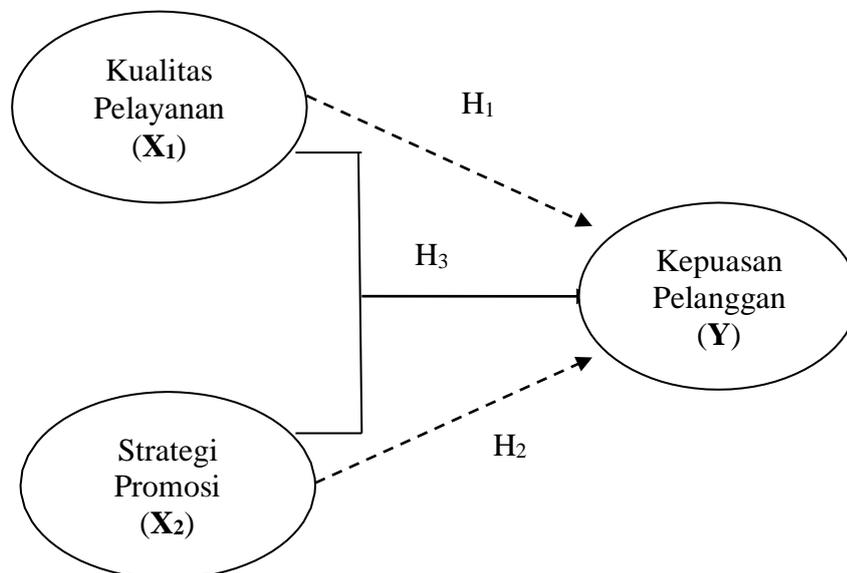
H<sub>2</sub> : Strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Mengwi.

Menurut Tjiptono (2012:301), kepuasan pelanggan adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap perbandingan antara kinerja dan harapan sesuai dengan evaluasi ketidaksesuaian setelah pelanggan memakai suatu produk, sedangkan dimensi kepuasan pelanggan diukur dari terpenuhinya harapan konsumen, keinginan menggunakan produk, merekomendasikan kepada orang lain, loyal dan kualitas layanan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Ribka dan Lisbeth (2016) menyatakan jika kualitas pelayanan dan strategi promosi secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi dapat dikatakan bahwa dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan strategi promosi yang baik pada perusahaan maka mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis penelitian ini adalah :

H<sub>3</sub> : Kualitas pelayanan dan strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Mengwi.

## Metode Penelitian

Desain penelitian merupakan gambaran keterkaitan masing-masing variabel dan hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya. Penelitian ini dilakukan di Pondok Nyoman Bagus di Jln. Pantai Pererenan No 169, Desa Pererenan, Kec. Mengwi, Kab.Badung, Bali 80351. Obyek penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. Populasi yang di tentukan ini sesuai dengan jumlah pelanggan yang pernah menginap di Pondok Nyoman Bagus pada tahun 2019 yaitu sejumlah 1.440 orang. Hasil perhitungan teknik slovin diketahui jumlah sampel penelitian sebanyak 94 orang pelanggan yang berkunjung ke Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Mengwi. Teknik pengambilan sampel ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria sampel yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu : 1) Tamu yang sudah melakukan kunjungan di Pondok Nyoman Bagus lebih dari 2 kali frekuensi kunjungan, 2) Sudah memfollow akun instagram Pondok Nyoman Bagus dan 3) Minimal lulusan SMA/SMK sederajat. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner, wawancara, kepustakaan dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, determinasi, uji signifikan parsial dan simultan dengan uji t dan uji F. Sehingga dapat disusun kerangka pemikiran sebagai berikut :



**Gambar 1. Kerangka Berpikir**

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 1 dapat diketahui bahwa hasil uji instrumen penelitian yang digunakan telah valid dimana terlihat dari nilai koefisien korelasi  $> 30$  dan telah reliabel dimana dapat dilihat melalui nilai cronbach alpha diatas 0,60.

**Tabel 1. Hasil Uji Instrumen Penelitian**

No	Variabel Penelitian	Item Pernyataan	Validitas		Reliabilitas	
			Koefisien Korelasi	Ket	Cronbach's Alpha	Ket
1	Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1 – X1.10				
2	Strategi Promosi (X2)	X2.1-X2.5	$> 0,30$	Valid	$> 0,60$	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1-Y6				

Sumber : Data diolah (2022)

Tabel 2 menunjukkan bahwa bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 54 orang dengan persentase 57,5%. Sedangkan responden dengan jenis kelamin Perempuan sebanyak 40 orang dengan persentase 42,5%. Responden dengan usia 24 – 35 tahun sebanyak 42 orang dengan persentase 44,6% yang paling mendominasi diantara usia lainnya. responden didominasi dengan Pendidikan SMA/SMK sebanyak 45 orang dengan persentase 47,9%. Responden yang bekerja sebagai wiraswasta lebih banyak jumlahnya dimana sebanyak 52 orang dengan persentase 55,3%

**Tabel 2. Karakteristik Responden**

No	Karakteristik	Klasifikasi	Jumlah (org)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki	54	57,5
		Perempuan	40	42,5
		<b>Total</b>	<b>94</b>	<b>100,0</b>
2	Usia	< 23 Tahun	24	25,6
		24 - 35 Tahun	42	44,6
		> 35 Tahun	28	29,8
		<b>Total</b>	<b>94</b>	<b>100</b>
3	Pendidikan Terakhir	SMA/SMK	45	47,9
		Diploma	20	21,3
		S1	29	30,8
		<b>Total</b>	<b>94</b>	<b>100</b>
4	Pekerjaan	Mahasiswa	3	3,2
		PNS	3	3,2
		Pegawai Swasta	12	12,8
		Wiraswasta	52	55,3
		Lain-lain	24	25,5
		<b>Total</b>	<b>94</b>	<b>100</b>

Sumber : Data diolah (2022)

Tabel 3 menunjukkan bahwa data tersebut tersebar secara normal atau terdistribusi normal dimana nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05, tidak terjadi gejala multikolinieritas dimana nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai *VIF* < 10, serta tidak adanya gejala heteroskedastisitas dimana nilai *sig* > 0,05.

**Tabel 3. Hasil Uji Asumsi Klasik**

Variabel	Normalitas	Multikolinieritas		Heteroskedastisitas
	Asymp. Sig. (2-tailed)	Tolerance	VIF	Sig
Kualitas Pelayanan (X1)	0,104	0,714	1,400	0,150
Strategi Promosi (X2)		0,714	1,400	0,083

Sumber : Data diolah (2022)

Nilai *Adjusted R Square* pada Tabel 4 yaitu sebesar 0,475 mempunyai arti bahwa sebesar 47,5% variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan strategi promosi, sedangkan sisanya sebesar 52,5% dijelaskan oleh faktor lain contohnya harga, lokasi, kualitas produk, loyalitas pelanggan dan lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Persamaan regresi yang didapatkan yaitu  $Y = 7,058 + 0,260 X_1 + 0,304 X_2$  diperoleh dari hasil regresi pada Tabel 4 yang memiliki interpretasi sebagai berikut :

Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,260 (positif), nilai t-hitung (5,681) > t-tabel (1,986) dengan signifikan  $0,000 < \alpha (0,05)$ . Sehingga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Mengwi. Ini berarti bahwa semakin baik dan meningkatnya kualitas pelayanan yang diterapkan Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Mengwi maka mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil ini didukung oleh penelitian dari Ribka dan Lisbeth (2016) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara parsial strategi promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian dari Ribka dan Lisbeth (2016) dimana secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dari Yanti dan Suastipuja (2021), Marpaung (2017) dan Agrasadya (2019) juga menyatakan bahwa secara parsial adanya hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Nilai koefisien regresi strategi promosi sebesar 0,304 (positif), nilai t-hitung (3,166) > t-tabel (1,986) dengan signifikan  $0,000 < \alpha (0,05)$ . Sehingga strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Mengwi. Ini berarti bahwa semakin baik dan meningkatnya strategi promosi yang diterapkan Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Mengwi maka mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil ini didukung oleh penelitian dari David dan Lego (2016), Agrasadya (2019) dan Eka Yanti & Made

Suastipuja (2021) juga menyatakan bahwa dalam hasil penelitiannya jika strategi promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 4. Hasil Uji-T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	7.058	1.713			4.120	.000
Kualitas Pelayanan	.260	.046	.505		5.681	.000
Strategi Promosi	.304	.096	.281		3.166	.002

Sumber : Data diolah (2022)

Hasil uji signifikan simultan (Uji F) yang dijelaskan pada Tabel 5 dapat menunjukkan bahwa nilai F-hitung (43,086) > F-tabel (3,10) dengan nilai Sig. (0,000) <  $\alpha$  (0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan strategi promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Mengwi. Ini berarti semakin baik kualitas pelayanan dan strategi promosi kerja akan meningkatkan kepuasan pelanggan pada Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Mengwi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Ribka dan Lisbeth (2016) menyatakan jika kualitas pelayanan dan strategi promosi secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi dapat dikatakan bahwa dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan strategi promosi yang baik pada perusahaan maka mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

**Tabel 5. Hasil Uji-F**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	828.289	2	414.144	43.086	.000 <sup>b</sup>
Residual	874.690	91	9.612		
Total	1702.979	93			

Sumber : Data diolah (2022)

## Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis dapat ditarik kesimpulan bahwa : (1) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Mengwi. (2) Strategi Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Mengwi. (3) Kualitas Pelayanan dan Strategi Promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Mengwi. Saran penelitian yang dapat diberikan kepada manajemen Pondok Nyoman Bagus di Pererenan Mengwi yaitu (1) mengoptimalkan kualitas pelayanan seperti pelayanan para karyawan yang cekatan,

---

teliti dan rapi saat melayani para pelanggan, (2) mengoptimalkan strategi promosi, hal tersebut dapat dilakukan dengan cara melakukan promosi berupa digital marketing, (3) melakukan promosi lewat sosial media terkait promo menginap, promo makan dan promo SPA bagi para pelanggan.

### Daftar Pustaka

- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Cetakan Ketiga Belas. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Asrid Natalia Marpaung. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Inna Dharma Deli Medan*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara Medan.
- Buchari, Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, cetakan kelima, edisi revisi Alfabeta, Bandung.
- David, Handrianus dan Lego, Yenny (2016), *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Garuda Indonesia Jakarta*. Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanegara Jakarta.
- Fitriani, Eni (2017), *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Halu Oleo.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 (7th ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Harman Malau, Ph. D. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Penerbit : Alfabeta, Bandung.
- Irwansyah (2017), *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minta Menginap Kembali (Survei Pada Pelanggan Hotel M'Barro, Baturraden)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Natalia Ribka Lumempow, Silvy Mandey, dan Jopie Jorie Rutinsulu. (2015). *Analisis Faktor-faktor Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado*. 2303-11 Jurnal EMBA, Vol.3 No. 3 sept, 2015 Hal. 1275-1286, 1275.
- Putri, D. A. (2017). *Pran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 11, 2017: 6271-6297 ISSN : 2302-8912 , 6271.
- Regata, Ni Made Wulandari Kusumadewi (2019). *Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap loyalitas Nasabah yang Dimediasi oleh Kepuasan Nasabah*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 8, No. 3, 2019: 1430 – 1456 ISSN:2302-8912.
- Ribka dan Lisbeth (2016), *Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna BPJS Di RSUD SAM Ratulangi Tondano*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Riduwan dan Kuncoro, 2014. *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis)*, Bandung: CV. Alfabeta.

- Setiyaningrum, Jusuf Udaya, dan Efeni. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit : AndiOffset, Yogyakarta.
- Sianipar, G. J. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Alfamart. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sulistiyawati, N., dan Seminari, N. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(8), 250437.
- Surya, Utami dan Jarta (2015), *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Utama (2018), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Devinsky Hotel Seminyak*. Fakultas Ekonomi, Universitas Warmadewa.
- Widyarini dan Sanjaya (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Desa Adat Mengening Kabupaten Badung.
- Yanti dan Suastipuja (2021), *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Percetakan UD*. *Wipra Print Karangasem*. Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia.