

ABSTRAK

Kota Bandung memiliki daya tarik yang unik bagi para wisatawan baik dari segi budaya, hingga destinasi wisata yang disuguhkan membuat wisatawan nyaman tinggal di Kota Bandung. Banyaknya wisatawan yang berkunjung menjadikan sektor akomodasi perhotelan menjadi sarana utama dalam kepariwisataan terutama dibidang jasa, hal ini menimbulkan persaingan yang ketat pada industri ini. Hotel Travello Bandung berlokasi dekat dengan dengan tempat wisata yang menjadikan Travello Bandung harus mengupayakan kualitas layanan terbaiknya dengan tujuan memberikan kualitas pelanggan dan peringkat bintang yang baik untuk dapat bersaing dengan hotel lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan pengaruhnya terhadap peringkat bintang.

Kualitas layanan merupakan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan oleh pelanggan secara tersirat. Peringkat bintang merupakan indikasi dari tingkat penjualan terhadap produk maupun jasa. Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan kualitas layanan yang dialami pelanggan dengan apa yang diharapkan pelanggan. Penelitian ini menggunakan dimensi Service Quality in Hotel yang terdiri dari 10 dimensi.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan tujuan penelitian prediktif, karakteristik penelitian berdasarkan dimensi waktu *cross sectional method*, dan unit analisis individu. Sampel penelitian merupakan pelanggan hotel Travello Bandung sejumlah 385 orang, teknik analisis data yang digunakan adalah PLS-SEM menggunakan *software* SmartPLS 4.0.

Dalam penelitian ini memperoleh hasil temuan bahwa kualitas infrastruktur akomodasi, kualitas sikap dan perilaku karyawan, kualitas interaksi pelanggan, kualitas keahlian karyawan, kualitas makanan dan minuman, kualitas meja depan, kualitas kamar, kualitas keamanan, kemampuan bersosialisasi karyawan, waktu tunggu secara positif mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu peringkat bintang memoderasi hubungan antara dimensi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti menyarankan perusahaan untuk lebih meningkatkan kembali dari segi aspek *food and beverage* karena presentase terkecil dari hasil penelitian terdapat pada variable kualitas makanan dan minuman terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas layanan, kepuasan pelanggan, peringkat bintang