SURPLUS: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS
Tahun 2025, Volume 4, Nomor 1, Bulan Juli-Desember: hlm 13–21
e-ISSN: 2964-7665 | URL: https://yptb.org/index.php/sur | e-Mail: jurnalq17@gmail.com

Lisensi: CC-BY
DOI: https://doi.org/10.71456/sur.v4i1.1397

KINERJA LAYANAN YANG UNGGUL: SINERGI KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN DI RESORT CASSIA BINTAN

Surya Kusumah[1*], Betty Leindarita[2], & Marina Lidya[3]
[1,2,3] Manajemen, STIE Pembangunan Tanjungpinang
Email: surya@dosen.stie-pembangunan.ac.id

Submit Tgl: 30-Juli-2025 Diterima Tgl: 31-Juli-2025 Diterbitkan Tgl: 02-Agustus-2025

Abstract: *This study aims to analyze the influence of Kinerja Layanan on customer satisfaction and its impact on customer loyalty at Cassia Resort Bintan. With increasing competition in the Bintan tourism industry, understanding this relationship is crucial to maintaining and improving the resort's market position. This study uses a quantitative approach with a survey design, involving 84 respondents who are customers of Cassia Resort Bintan, selected through a purposive sampling technique from a population of 513 customers. Data were collected during the period October-November 2024 using a questionnaire and analyzed using path analysis, t-test (partial), F-test (simultaneous), and coefficient of determination. The results of the study showed that Kinerja Layanan had a significant and positive effect on customer satisfaction (p=0.009<0.05; tcount=2.663>ttable=1.989), with a contribution of 7.8%. The majority of respondents (79.1%) positively assessed the willingness of employees to help customers. Although Kinerja Layanan did not have a significant direct effect on customer loyalty (p=0.734>0.05), customer satisfaction was shown to have a very significant and positive effect on customer loyalty (p=0.000<0.05; tcount=7.663). Furthermore, the results of the path analysis showed that Kinerja Layanan indirectly had a significant effect on customer loyalty through customer satisfaction, where the indirect effect (0.183) was greater than the direct effect (0.029). Simultaneously, Kinerja Layanan and satisfaction significantly influenced customer loyalty with a contribution of 44.1%. In conclusion, good Kinerja Layanan at Cassia Resort Bintan effectively increases customer satisfaction, and customer satisfaction plays a crucial role as a mediator in building customer loyalty. These findings underscore the importance of focusing on improving customer satisfaction as a key strategy for achieving sustainable customer loyalty at Cassia Resort Bintan.*

Keywords: *Kinerja Layanan; Customer Satisfaction; Customer Loyalty; Cassia Resort Bintan; Hospitality Industry*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kinerja layanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan di Cassia Resort Bintan. Dengan meningkatnya persaingan di industri pariwisata Bintan, pemahaman akan hubungan ini menjadi krusial untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi pasar resort. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei, melibatkan 84 responden yang merupakan pelanggan Cassia Resort Bintan, dipilih melalui teknik purposive sampling dari populasi 513 pelanggan. Data dikumpulkan selama periode Oktober-November 2024 menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis jalur (Path Analysis), uji t (parsial), uji F (simultan), dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja layanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan (p=0.009<0.05; thitung=2.663>ttabel=1.989), dengan kontribusi sebesar 7,8%. Mayoritas responden (79,1%) menilai positif kesediaan karyawan

Copyright©2025: Surya Kusumah, Betty Leindarita, & Marina Lidya

membantu pelanggan. Meskipun kinerja layanan tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (p=0.734>0.05), kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh sangat signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan (p=0.000<0.05; thitung=7.663). Lebih lanjut, hasil analisis jalur menunjukkan bahwa kinerja layanan secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, di mana pengaruh tidak langsung (0.183) lebih besar daripada pengaruh langsung (0.029). Secara simultan, kinerja layanan dan kepuasan secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan dengan kontribusi 44,1%. Kesimpulannya, kinerja layanan yang baik di Cassia Resort Bintan secara efektif meningkatkan kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan inilah yang memainkan peran krusial sebagai mediator dalam membangun loyalitas pelanggan. Temuan ini menggaris bawahi pentingnya fokus pada peningkatan kepuasan pelanggan sebagai strategi utama untuk mencapai loyalitas pelanggan yang berkelanjutan di Cassia Resort Bintan.

Kata Kunci: Kinerja Layanan; Kepuasan Pelanggan; Loyalitas Pelanggan; Cassia Resort Bintan; Industri Perhotelan.

Cara mengutip Kusumah, S., Leindarita, B., & Lidya, M. (2025). Kinerja Layanan yang Unggul: Sinergi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di Resort Cassia Bintan. *Surplus: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *4*(1), 13–21. https://doi.org/10.71456/sur.v4i1.1397

PENDAHULUAN

Industri pariwisata di Indonesia, khususnya di wilayah Bintan, telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Cassia Resort Bintan, sebagai salah satu destinasi wisata unggulan, berupaya untuk memberikan pengalaman yang tak terlupakan bagi para tamunya. Namun, dengan meningkatnya persaingan di sektor ini, penting bagi Cassia Resort untuk memahami bagaimana kinerja layanan mereka mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menurut (Fida et al., 2020), kualitas layanan yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya mendorong loyalitas. Dalam konteks ini, kinerja layanan mencakup berbagai aspek, mulai dari interaksi staf dengan tamu hingga fasilitas yang disediakan.

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa tingkat kunjungan wisatawan ke Bintan meningkat sebesar 15% pada tahun 2022 dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa ada potensi pasar yang besar bagi Cassia Resort untuk menarik lebih banyak pelanggan. Namun, tantangan yang dihadapi adalah bagaimana cara mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan menarik pelanggan baru dengan memberikan layanan yang berkualitas. Penelitian oleh (Alam et al., 2021) menunjukkan bahwa pengalaman positif selama menginap di hotel dapat meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk kembali dan merekomendasikan hotel tersebut kepada orang lain.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang mempengaruhi loyalitas. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Abbas et al., 2018), terdapat hubungan positif antara keterlibatan pelanggan dan hasil yang diperoleh, termasuk kepuasan dan loyalitas. Dalam konteks Cassia Resort, kinerja layanan yang baik dapat menciptakan keterlibatan yang lebih tinggi, yang pada akhirnya berkontribusi pada kepuasan pelanggan. Oleh karena

itu, penting untuk mengeksplorasi lebih dalam bagaimana elemen-elemen dari kinerja layanan dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan di Cassia Resort Bintan.

Dengan meningkatnya ekspektasi pelanggan, Cassia Resort harus beradaptasi dan berinovasi dalam pelayanan. Contoh kasus dari hotel-hotel lain menunjukkan bahwa penggunaan teknologi dalam layanan, seperti aplikasi untuk memesan layanan atau chatbot untuk menjawab pertanyaan pelanggan, dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Alzoubi et al., 2022). Implementasi teknologi ini di Cassia Resort dapat menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan kinerja layanan dan, pada akhirnya, kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kinerja layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Cassia Resort Bintan. Dengan memahami hubungan ini, manajemen Cassia Resort dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan mempertahankan posisi mereka di pasar yang kompetitif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Metode kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengukur variabel-variabel yang berhubungan dengan kinerja layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan secara statistik. Menurut (Fida et al., 2020), pendekatan kuantitatif sangat efektif untuk menganalisis hubungan antar variabel dan memberikan hasil yang dapat digeneralisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana kinerja layanan di Cassia Resort Bintan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta untuk mengidentifikasi faktor-faktor spesifik dalam kinerja layanan yang paling berpengaruh terhadap kedua aspek tersebut.

Penelitian ini dilaksanakan di Cassia Resort Bintan, yang terletak di Kepulauan Riau, Indonesia. Cassia Resort Bintan merupakan salah satu destinasi wisata yang populer di kalangan wisatawan domestik dan internasional, menawarkan berbagai fasilitas seperti akomodasi yang nyaman, layanan spa, dan aktivitas rekreasi. Lokasi yang strategis dan fasilitas yang lengkap membuat Cassia Resort Bintan menjadi tempat yang ideal untuk penelitian ini, karena dapat memberikan wawasan mendalam mengenai pengalaman pelanggan di sektor pariwisata.

Waktu penelitian dilakukan selama tiga bulan, mulai dari Oktober hingga November 2024. Periode ini dipilih untuk menangkap data yang relevan selama musim liburan, ketika jumlah pengunjung mencapai puncaknya. Penelitian ini dilakukan melalui pengumpulan data secara langsung dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan yang menginap di resort selama periode tersebut. Pengumpulan data dilakukan pada akhir minggu untuk memastikan bahwa sebagian besar responden adalah wisatawan yang telah mengalami layanan di resort. Hal ini sejalan dengan temuan (Alam et al., 2021) yang menyatakan bahwa waktu pengumpulan data yang tepat dapat mempengaruhi kualitas dan relevansi data yang diperoleh.

Copyright©2025: Surya Kusumah, Betty Leindarita, & Marina Lidya

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menginap di Cassia Resort Bintan selama periode penelitian. Berdasarkan data dari manajemen resort, terdapat sekitar 513 pelanggan yang menginap dalam periode tersebut. Populasi ini mencakup berbagai segmen pelanggan, termasuk wisatawan domestik, internasional, keluarga, dan pasangan. Keberagaman dalam populasi ini memberikan peluang untuk mendapatkan perspektif yang bervariasi mengenai kinerja layanan dan dampaknya terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan. Hal ini penting karena setiap segmen pelanggan mungkin memiliki ekspektasi dan pengalaman yang berbeda, seperti yang diungkapkan oleh (Raza et al., 2020). dalam penelitian mereka tentang pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap loyalitas pelanggan.

Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam hal ini, dari populasi 513 pelanggan, sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 10%, menghasilkan 84 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Pemilihan sampel ini bertujuan untuk memastikan bahwa responden yang terlibat adalah mereka yang telah mengalami layanan di Cassia Resort Bintan dan dapat memberikan informasi yang akurat mengenai kepuasan serta loyalitas mereka. Menurut (Zhu et al., 2023), pemilihan sampel yang tepat sangat penting untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas hasil penelitian, serta untuk memastikan bahwa hasilnya dapat digeneralisasi ke populasi yang lebih luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terkait tanggapan responden terhadap variabel kinerja layanan, mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap pelayanan Cassia Resort Bintan. Misalnya, 79,1% responden sangat setuju bahwa karyawan bersedia membantu pelanggan, sementara 69,8% sangat setuju bahwa karyawan selalu memberi informasi jika terjadi masalah. Rata-rata skor dari berbagai indikator menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan performa layanan yang diberikan.

Untuk variabel kepuasan pelanggan, mayoritas responden juga menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi. Sebanyak 69,8% responden sangat setuju bahwa mereka dilayani dengan baik oleh karyawan, dan 60,5% sangat setuju bahwa interaksi dengan karyawan berjalan dengan mudah. Faktor lain seperti kualitas produk dan harga yang terjangkau juga mendapat respons positif dari pelanggan.

Terkait loyalitas pelanggan, sebagian besar responden menunjukkan kecenderungan untuk tetap setia dengan Cassia Resort Bintan. Sebanyak 62,8% sangat setuju bahwa mereka akan terus berlangganan, dan 44,2% sangat setuju bahwa mereka tetap membeli produk dan jasa dari perusahaan yang sama. Namun, ada sedikit keraguan pada aspek rekomendasi kepada orang lain, dengan 20,9% responden masih ragu-ragu.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan Cassia Resort Bintan merasa puas dengan pelayanan dan produk yang ditawarkan, serta memiliki tingkat loyalitas yang cukup tinggi. Hal ini dapat menjadi indikasi bahwa kualitas layanan dan strategi perusahaan sudah berada pada jalur yang tepat dalam mempertahankan serta

meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tabel 1.1 Uji Jalur (Path Analysis) Kinerja layanan (X) Terhadap Kepuasan (Y1)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	24.580	5.773		4.258	.000
	KINERJA LAYANAN	.241	.090	.279	2.663	.009

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Berdasarkan hasil analisis jalur (Path Analysis), diperoleh persamaan regresi Y=24,580+0,241XY = 24,580 + 0,241XY=24,580+0,241X. Nilai konstanta sebesar 24,580 menunjukkan bahwa jika Kinerja Layanan (X) bernilai 0, maka pendapatan (Y) sebesar 24,580. Koefisien regresi variabel bebas sebesar 0,241 menunjukkan hubungan positif, artinya setiap peningkatan satu satuan Kinerja Layanan akan meningkatkan pendapatan sebesar 0,241. Dengan jumlah responden sebanyak 86, diperoleh nilai korelasi sebesar 0,279.

Tabel 1.2 Uji Jalur (Path Analysis) Sevices Performance (X) Terhadap Loyalitas (Y2)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-5.274	6.874		-.767	.445
	KINERJA LAYANAN	.035	.102	.029	.341	.734
	KEPUASAN	.903	.118	.655	7.663	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh langsung kinerja layanan terhadap loyalitas sebesar 0,029, sedangkan pengaruh tidak langsung melalui kepuasan adalah 0,183. Karena pengaruh tidak langsung lebih besar, dapat disimpulkan bahwa kinerja layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan. Berdasarkan interpretasi nilai korelasi, hubungan antara kinerja layanan (X) dan kepuasan (Y1) tergolong cukup dengan korelasi sebesar 0,279. Sementara itu, hubungan antara kinerja layanan (X) dan loyalitas (Y2) sangat lemah dengan korelasi sebesar 0,029.

Copyright©2025: Surya Kusumah, Betty Leindarita, & Marina Lidya

Tabel 1.3 Hasil Uji t (Uji Parsial) Antara Kinerja Layanan (X) Terhadap Kepuasan (Y1)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	24,580	5,773		4,258	,000
	TotalX1	,241	,090	,279	2,663	,009

a. Dependent Variable: TotalY1

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 2,663 lebih besar dari t tabel 1,989 pada taraf signifikan 5%. Karena t hitung > t tabel, maka Ha diterima dan H0 ditolak. Dengan demikian, terbukti bahwa Kinerja Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 1.4 Hasil Uji t antara Kinerja Layanan (X) melalui Kepuasan (Y1) Terhadap Loyalitas (Y2)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	-5.274	6.874		-.767	.445
	KINERJA LAYANAN	.035	.102	.029	.341	.734
	KEPUASAN	.903	.118	.655	7.663	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Hasil uji t menunjukkan bahwa kinerja layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dengan nilai t sebesar 0,341 dan signifikansi 0,734 (>0,05). Sebaliknya, kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dengan nilai t sebesar 7,663 dan signifikansi 0,000 (<0,05). Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap loyalitas dibandingkan kinerja layanan.

Tabel 1.5 Hasil Uji F Kinerja Layanan (X) Terhadap Kepuasan (Y1)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	62,256	1	62,256	7,092	,009[b]

Copyright©2025: Surya Kusumah, Betty Leindarita, & Marina Lidya

	Residual	737,326	84	8,778		
	Total	799,581	85			

a. Dependent Variable: TotalY1

b. Predictors: (Constant), TotalX1

Dari uji ANOVA atau F test diperoleh F-hitung sebesar 7.092 dengan tingkat signifikansi 0.009, sedangkan F-tabel sebesar 3,95 dengan signifikansi 0,05. Hal ini menujukan bahwa Ha ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Kinerja Layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan, karena F-hitung > F-tabel (7.092 > 3.95) dan nilai signifikansinya
< 0.05 (0.009 < 0.05).

Tabel 1.6 Hasil Uji F Kinerja Layanan (X) melalui Kepuasan (Y1) Terhadap Loyalitas (Y2)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	669.361	2	334.681	32.695	.000[b]
	Residual	849.627	83	10.236		
	Total	1518.988	85			

a. Dependent Variable: LOYALITAS

b. Predictors: (Constant), KEPUASAN, KINERJA LAYANAN

Hasil uji ANOVA menunjukkan bahwa F-hitung sebesar 32,695 dengan signifikansi 0,000, sedangkan F-tabel sebesar 32,69 pada tingkat signifikansi 0,05. Karena F-hitung lebih besar dari F-tabel dan signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka Ho ditolak. Ini menunjukkan bahwa kinerja layanan (X) melalui kepuasan (Y1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas (Y2) secara simultan.

Tabel 1.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kinerja Layanan (X) Terhadap Kepuasan (Y1)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,279[a]	,078	,067	2,963

a. Predictors: (Constant), TotalX1

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai R^2 (R Square) adalah sebesar 0,078 setara dengan 7,8%. Hal ini berarti bahwa pengaruh *Kinerja Layanan* terhadap kepuasan sebesar 7,8%. Sisanya 92,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti.

Copyright©2025: Surya Kusumah, Betty Leindarita, & Marina Lidya

Tabel 1.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kinerja Layanan (X) melalui Kepuasan (Y1) Terhadap Loyalitas (Y2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.664[a]	.441	.427	3.19945

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN, KINERJA LAYANAN

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai R^2 (*R Square*) adalah sebesar 0,045 setara dengan 44,1%. Hal ini berarti bahwa pengaruh *Kinerja Layanan* terhadap loyalitas sebesar 44,1%. Sisanya 55,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti.

Pengaruh Kinerja Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil Analisis Jalur menunjukkan bahwa jika Kinerja Layanan bernilai 0, maka kepuasan pelanggan sebesar 24,580. Koefisien regresi sebesar 0,241 menunjukkan hubungan positif, di mana setiap peningkatan satu satuan Kinerja Layanan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,241. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa Kinerja Layanan berpengaruh 7,8% terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kinerja Layanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil Analisis Jalur menunjukkan bahwa ketika Kinerja Layanan bernilai 0, loyalitas memiliki nilai -5,274. Koefisien regresi sebesar 0,029 menunjukkan hubungan negatif antara Kinerja Layanan dan loyalitas, sementara kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas dengan koefisien 0,655. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa Kinerja Layanan berkontribusi sebesar 44,1% terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas. Selain itu, Kinerja layanan secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Hal ini menegaskan bahwa kepuasan memainkan peran penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Cassia Resort Bintan.

DAFTAR PUSTAKA

Abbas, M., Gao, Y., & Shah, S. S. H. (2018). CSR and customer outcomes: The mediating

role of customer engagement. *Sustainability (Switzerland)*, *10*(11). https://doi.org/10.3390/su10114243

Alam, M. M., Ahmad, N., Naveed, Q. N., Patel, A., Abohashrh, M., & Khaleel, M. A. (2021). E-learning services to achieve sustainable learning and academic performance: An empirical study. *Sustainability (Switzerland)*, *13*(5), 1–20. https://doi.org/10.3390/su13052653

Alzoubi, H., Alshurideh, M., Kurdi, B. Al, Akour, I., & Aziz, R. (2022). Does BLE technology contribute towards improving marketing strategies, customers' satisfaction and loyalty? The role of open innovation. *International Journal of Data and Network Science*, *6*(2), 449–460. https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.12.009

Badan Pusat Statistik Provinsi Kepulauan Riau. (2022). *Perkembangan Data Wisatawan di Kepri Tahun 2022*.

Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *SAGE Open*, *10*(2). https://doi.org/10.1177/2158244020919517

Raza, A., Saeed, A., Iqbal, M. K., Saeed, U., Sadiq, I., & Faraz, N. A. (2020). Linking corporate social responsibility to customer loyalty through co-creation and customer company identification: Exploring sequential mediation mechanism. *Sustainability (Switzerland)*, *12*(6). https://doi.org/10.3390/su12062525

Zhu, D., Bahadur, W., & Ali, M. (2023). The effect of spiritual leadership on proactive customer service performance: The roles of psychological empowerment and power distance. *Humanities and Social Sciences Communications*, *10*(1). https://doi.org/10.1057/s41599-023-02273-x