

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung di Hotel Front One Gosyen Hotel Salatiga**

Noperdi<sup>1</sup>; Henry Yuliamir<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia

Email: henry.yuliamir@stiepari.ac.id

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pengunjung di Hotel Front One Gosyen Hotel Salatiga. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu hotel selama dua bulan sebanyak 1.250 pengunjung. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 93 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling, yaitu tamu hotel yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan bersedia menjadi responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert 1–5. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan dan harga, sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pengunjung. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$ . Secara simultan, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Nilai Adjusted R Square sebesar 0,680 menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga sebesar 68%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pengunjung, Hotel, Pelanggan

### **Abstract**

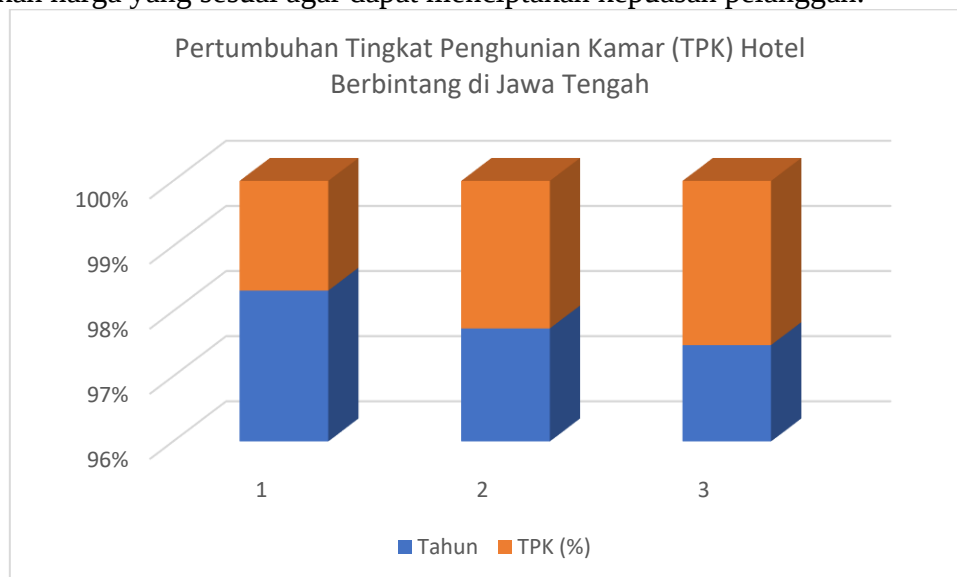
*This study aims to determine the influence of service quality and price on visitor satisfaction at Front One Gosyen Hotel Salatiga. This research used a quantitative method with a survey approach. The population in this study consisted of all hotel guests during a two-month period totaling 1,250 visitors. The sample size was determined using the Slovin formula with an error rate of 10%, resulting in 93 respondents. The sampling technique used accidental sampling, namely hotel guests who were encountered directly by the researcher and were willing to become respondents. Data collection techniques included observation, documentation, and questionnaires using a Likert scale of 1–5. The independent variables in this study were service quality and price, while the dependent variable was visitor satisfaction. Data analysis techniques used validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and coefficient of determination ( $R^2$ ) using SPSS software. The results showed that service quality had a positive and significant effect on visitor satisfaction with a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Price also had a positive and significant effect on visitor satisfaction with a significance value of  $0.002 < 0.05$ . Simultaneously, service quality and price had a significant effect on visitor satisfaction with a significance value of  $0.000 < 0.05$ . The Adjusted R Square value of 0.680 indicates that visitor satisfaction is*

*influenced by service quality and price by 68%, while the remaining 32% is influenced by other factors outside the study.*

**Keywords:** *Service Quality, Price, Visitor Satisfaction, Hotel, Customer*

## PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan salah satu sektor jasa yang mengalami perkembangan pesat di Indonesia seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan akomodasi, perjalanan bisnis, dan pariwisata. Persaingan yang semakin ketat dalam industri hotel menuntut setiap perusahaan jasa untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas serta menawarkan harga yang sesuai dengan harapan pelanggan. Dalam bisnis jasa, kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Kotler and Keller 2018); (Tjiptono 2019). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Tengah, jumlah tamu yang menginap di hotel berbintang di Jawa Tengah menunjukkan tren peningkatan dalam beberapa tahun terakhir seiring dengan pemulihan sektor pariwisata pascapandemi. Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang di Jawa Tengah pada tahun 2021 sebesar 34,62%, meningkat menjadi 46,85% pada tahun 2022 dan kembali meningkat menjadi 52,31% pada tahun 2023. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa industri perhotelan di Jawa Tengah memiliki prospek yang semakin baik, namun pada saat yang sama juga meningkatkan tingkat persaingan antarhotel dalam memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kondisi ini menuntut setiap hotel untuk mampu memberikan kualitas pelayanan yang unggul dan menetapkan harga yang sesuai agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan.



Gambar 1. Pertumbuhan Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel Berbintang di Jawa Tengah

Data Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang di Jawa Tengah menunjukkan tren peningkatan dari 34,62% pada tahun 2021 menjadi 46,85% pada tahun 2022 dan 52,31% pada tahun 2023. Peningkatan ini menunjukkan pertumbuhan industri perhotelan yang semakin baik, namun juga meningkatkan persaingan antarhotel. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dan harga menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pengunjung.

Meskipun tingkat hunian hotel di Jawa Tengah mengalami peningkatan, berbagai hotel masih menghadapi tantangan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Persaingan yang semakin ketat menyebabkan pelanggan memiliki banyak alternatif pilihan hotel dengan variasi

harga dan kualitas pelayanan yang beragam. Berdasarkan observasi awal pada Hotel Front One Gosyen Salatiga masih ditemukan beberapa keluhan tamu terkait kecepatan pelayanan, respons terhadap permintaan pelanggan, serta persepsi kesesuaian harga dengan fasilitas yang diterima. Kondisi tersebut menunjukkan adanya fenomena gap antara peningkatan pertumbuhan industri perhotelan dengan kemampuan hotel dalam mempertahankan kepuasan pelanggan, sehingga perlu dilakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pengunjung.

Hotel sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa tidak hanya menawarkan fasilitas fisik, tetapi juga memberikan pengalaman pelayanan kepada tamu. Pelayanan yang baik akan memberikan kesan positif bagi pelanggan sehingga mampu menciptakan kepuasan. Sebaliknya, pelayanan yang kurang baik dapat menimbulkan kekecewaan dan berdampak pada menurunnya tingkat kunjungan pelanggan (Lupiyoadi 2013). Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pengunjung hotel. Menurut (Tjiptono 2017), kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Dalam industri perhotelan, kualitas pelayanan biasanya diukur melalui lima dimensi SERVQUAL yang dikemukakan oleh (Chaniago 2021), yaitu tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Kelima dimensi tersebut menjadi indikator penting dalam menilai kualitas pelayanan hotel karena berkaitan langsung dengan pengalaman tamu selama menginap. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan hotel, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan (Zeithaml, Bitner, and Gremler 2018). Sebaliknya, kualitas pelayanan yang rendah dapat menyebabkan pelanggan merasa kecewa dan berpotensi memberikan penilaian negatif terhadap hotel (Wijaya 2018).

Selain kualitas pelayanan, harga juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa tertentu. Dalam industri hotel, pelanggan akan mempertimbangkan apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang diterima. Harga yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diperoleh akan memberikan nilai positif bagi pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengunjung (Tri Nuryani, Nurkesuma Nurkesuma, and Baruna Hadibrata 2022). Sebaliknya, apabila harga dianggap terlalu tinggi dibandingkan dengan kualitas pelayanan yang diterima, maka pelanggan akan merasa kurang puas. Menurut (Ira Ningrum Resmawa 2020), harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian pelanggan.

Kepuasan pengunjung merupakan respon pelanggan setelah membandingkan harapan dengan kinerja pelayanan yang diterima. Menurut (Kotler 2016), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa dengan harapannya. Dalam bisnis perhotelan, kepuasan pelanggan menjadi indikator penting karena pelanggan yang puas cenderung melakukan kunjungan ulang serta merekomendasikan hotel kepada orang lain (Griffin 2016). Kepuasan pelanggan juga dapat meningkatkan citra hotel dan daya saing perusahaan dalam industri perhotelan (Tri Nuryani et al. 2022).

Hotel Front One Gosyen Hotel Salatiga merupakan salah satu hotel yang berkembang di Kota Salatiga dan menghadapi persaingan yang cukup ketat dengan hotel lainnya. Untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan jumlah pengunjung, pihak hotel perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada tamu serta menetapkan harga yang sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan. Berdasarkan observasi awal, masih ditemukan beberapa keluhan pelanggan terkait pelayanan dan kesesuaian harga dengan fasilitas hotel.

Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya evaluasi terhadap kualitas pelayanan dan harga dalam menciptakan kepuasan pengunjung.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan hotel. Penelitian (Elliyana 2022) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena pelayanan yang baik mampu menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Hasil serupa juga ditemukan oleh (Priansa 2017) yang menyatakan bahwa harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan dapat meningkatkan persepsi nilai dan kepuasan pelanggan. Namun demikian, beberapa penelitian menunjukkan hasil yang berbeda. Beberapa studi menemukan bahwa harga tidak selalu menjadi faktor dominan dalam membentuk kepuasan pelanggan, terutama pada hotel yang lebih mengutamakan kualitas pelayanan dan pengalaman menginap. Selain itu, terdapat perbedaan karakteristik pelanggan, lokasi hotel, serta tingkat persaingan yang dapat menyebabkan perbedaan hasil penelitian. Dengan demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian (research gap) mengenai sejauh mana kualitas pelayanan dan harga memengaruhi kepuasan pengunjung, khususnya pada hotel kelas menengah di Kota Salatiga yang memiliki karakteristik pasar yang berbeda dengan daerah lain.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Menurut (Mentari and Christina 2015), kualitas pelayanan adalah perbandingan antara pelayanan yang diharapkan pelanggan dengan pelayanan yang diterima pelanggan. Apabila pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. (Tjiptono 2017) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan perusahaan jasa dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Dalam industri perhotelan, kualitas pelayanan menjadi faktor penting karena hotel bergerak dalam bidang jasa yang mengutamakan pengalaman pelanggan. Pelayanan yang baik akan menciptakan kenyamanan, kepercayaan, dan kepuasan bagi pengunjung hotel (Lupiyoadi 2013); (Tegar and Yuliamir 2025). Sebaliknya, pelayanan yang buruk dapat menyebabkan pelanggan merasa kecewa dan beralih ke hotel lain (Wijaya 2018).

Menurut (Anggraini and Yuliamir 2026), terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yang dikenal dengan konsep SERVQUAL, yaitu:

1. Tangibles (Bukti Fisik), meliputi fasilitas, perlengkapan, dan penampilan karyawan.
2. Reliability (Keandalan), yaitu kemampuan memberikan pelayanan sesuai janji secara akurat dan terpercaya.
3. Responsiveness (Daya Tanggap), yaitu kesediaan karyawan membantu pelanggan dengan cepat.
4. Assurance (Jaminan), yaitu kemampuan karyawan memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada pelanggan.
5. Empathy (Empati), yaitu perhatian dan kepedulian perusahaan kepada pelanggan secara individual.

Penelitian oleh (Yuliamir 2026) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian lain oleh (Ilham 2023) juga menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan dalam industri jasa.

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

## Harga

Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa tertentu. Menurut (Elliyana 2022), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah nilai yang ditukarkan pelanggan atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Dalam industri perhotelan, harga menjadi pertimbangan utama pelanggan sebelum memutuskan untuk menginap (Hamzah, Setiyariski, and Ghani 2020). Pelanggan akan membandingkan harga dengan fasilitas, kualitas pelayanan, dan manfaat yang diperoleh (Nella Octaviani 2020). Harga yang sesuai akan memberikan persepsi positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Ilmu et al. 2019).

Menurut (Stanton, William 2004), indikator harga meliputi:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Penelitian oleh (Priansa 2017) menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena pelanggan cenderung merasa puas apabila harga sesuai dengan manfaat yang diterima. Selain itu, penelitian (Editor 2022) juga menjelaskan bahwa persepsi harga yang baik dapat meningkatkan keputusan pembelian pelanggan.

H2 : Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

## Kepuasan Pengunjung

Kepuasan pengunjung merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara harapan dengan kinerja pelayanan yang diterima. Menurut (Noor 2022), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk atau jasa dengan harapannya (Sari and Seleta 2023).

Dalam bisnis perhotelan, kepuasan pelanggan menjadi indikator penting karena pelanggan yang puas cenderung melakukan kunjungan ulang dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain (Griffin 2016). Kepuasan pelanggan juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan citra perusahaan jasa (Lingkungan et al. 2020).

Menurut (Tjiptono 2019), indikator kepuasan pelanggan meliputi:

1. Kepuasan terhadap pelayanan hotel.
2. Kepuasan terhadap fasilitas yang diberikan.
3. Kesesuaian harapan dengan kenyataan.
4. Keinginan untuk kembali menginap.
5. Kesiediaan merekomendasikan hotel kepada orang lain.

Penelitian oleh (Noor 2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas serta harga yang sesuai akan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan sehingga meningkatkan kepuasan pengunjung hotel (NUGRAHA, Jaiz, and Fitriyah 2014).

H3 : Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

## METODE

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei (Moleong 2021). Metode kuantitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pengunjung melalui pengukuran data berupa angka yang kemudian dianalisis menggunakan statistik. Menurut

(Sugiyono 2022), metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pendekatan survei digunakan untuk memperoleh data secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada pengunjung hotel. Penelitian ini bersifat asosiatif karena bertujuan mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

### **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Hotel Front One Gosyen Hotel Salatiga. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa hotel tersebut merupakan salah satu hotel yang berkembang di Kota Salatiga dan memiliki jumlah pengunjung yang cukup banyak sehingga sesuai untuk dijadikan objek penelitian mengenai kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pengunjung.

### **Populasi dan Sampel**

#### **Populasi**

Menurut (Sugiyono 2022), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh tamu yang menginap di Hotel Front One Gosyen Hotel Salatiga selama dua bulan penelitian, yaitu sebanyak 1.250 pengunjung.

#### **Sampel**

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (error tolerance) sebesar 10%.

Rumus Slovin yang digunakan adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

- 1) **n** = jumlah sampel
- 2) **N** = jumlah populasi
- 3) **e** = tingkat kesalahan

Perhitungan sampel:

$$n = \frac{1250}{1 + 1250(0.1)^2} = 92.59 \approx 93$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin, diperoleh jumlah sampel sebanyak 93 responden.

### **Teknik Sampling**

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan accidental sampling. Menurut (Sugiyono 2022), accidental sampling merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok sebagai sumber data dapat dijadikan sampel penelitian.

Teknik ini dipilih karena responden merupakan tamu hotel yang datang dan bersedia mengisi kuesioner penelitian selama periode penelitian berlangsung.

### **Variabel Penelitian**

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat).

Variabel Independen (X)

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari:

1) Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan adalah kemampuan hotel dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan melalui dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy.

2) Harga (X2)

Harga adalah sejumlah nilai yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh jasa hotel yang meliputi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan, daya saing harga, dan manfaat harga.

Variabel Dependen (Y)

Kepuasan pengunjung adalah tingkat perasaan senang atau kecewa pelanggan setelah membandingkan harapan dengan pelayanan yang diterima selama menginap di hotel.

**Definisi Operasional Variabel**

Kualitas Pelayanan (X1)

Indikator:

1. Tangibles (bukti fisik)
2. Reliability (keandalan)
3. Responsiveness (daya tanggap)
4. Assurance (jaminan)
5. Empathy (empati)

Harga (X2)

Indikator:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Kepuasan Pengunjung (Y)

Indikator:

1. Kepuasan terhadap pelayanan hotel
2. Kepuasan terhadap fasilitas hotel
3. Kesesuaian harapan dengan kenyataan
4. Keinginan untuk kembali menginap
5. Kesiediaan merekomendasikan hotel

**Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1) Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi pelayanan, fasilitas hotel, dan aktivitas pengunjung di hotel.

2) Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data pendukung berupa profil hotel, jumlah pengunjung, dan dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian.

3) Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data utama yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan tertulis kepada responden mengenai kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pengunjung.

## Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala Likert dengan lima tingkat jawaban untuk mengukur pendapat responden terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner.

Skala Likert yang digunakan adalah:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
2. Tidak Setuju (TS) = 2
3. Netral (N) = 3
4. Setuju (S) = 4
5. Sangat Setuju (SS) = 5

Menurut (Sugiyono 2022), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap suatu fenomena sosial.

## Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan program Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 25. SPSS dipilih karena mampu mengolah data kuantitatif secara sistematis dan akurat untuk menguji hubungan serta pengaruh antarvariabel penelitian. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu pengujian kualitas instrumen penelitian, pengujian asumsi klasik, dan pengujian hipotesis. Uji kualitas instrumen meliputi uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas guna memastikan data memenuhi persyaratan analisis regresi linear berganda. Setelah seluruh asumsi terpenuhi, dilakukan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pengunjung. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh secara parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh secara simultan, serta koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen:

### 1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya item pertanyaan dalam kuesioner. Instrumen dikatakan valid apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

### 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban responden. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha  $>$  0,60.

### 3) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum analisis regresi, yang meliputi:

#### 4) Uji normalitas

Uji multikolinearitas

Uji heteroskedastisitas

### 5) Analisis Regresi Linear Berganda

a. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pengunjung dengan persamaan:

$$b. Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pengunjung

a = Konstanta

$b_1, b_2$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Harga

e = Error

- 6) Uji t (Parsial)
  - a) Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.
  - b) Kriteria pengujian:  
Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka hipotesis diterima.  
Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak.
- 7) Uji F (Simultan)
  - a. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.
  - b. Kriteria pengujian:  
Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka hipotesis diterima.  
Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak.
- 8) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )  
Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel kualitas pelayanan dan harga dalam menjelaskan variabel kepuasan pengunjung. Semakin besar nilai  $R^2$ , maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

## HASIL DAN DISKUSI

### HASIL

#### Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan pada tamu Hotel Front One Gosyen Hotel Salatiga dengan jumlah responden sebanyak 93 orang yang diperoleh berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada tamu hotel selama periode penelitian berlangsung. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, dan tujuan menginap.

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

**Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Persentase |
|---------------|-----------|------------|
| Laki-laki     | 53        | 57%        |
| Perempuan     | 40        | 43%        |
| Jumlah        | 93        | 100%       |

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 53 orang atau sebesar 57%, sedangkan responden perempuan sebanyak 40 orang atau sebesar 43%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar tamu yang menginap di Hotel Front One Gosyen Salatiga didominasi oleh laki-laki. Kondisi tersebut disebabkan karena sebagian besar pengunjung hotel berasal dari kalangan pekerja dan tamu perjalanan bisnis yang umumnya didominasi oleh laki-laki.

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.

**Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

| Usia        | Frekuensi | Persentase |
|-------------|-----------|------------|
| 17–20 Tahun | 12        | 13%        |
| 21–35 Tahun | 51        | 55%        |
| 36–45 Tahun | 20        | 22%        |
| >45 Tahun   | 10        | 10%        |
| Jumlah      | 93        | 100%       |

Berdasarkan tabel tersebut, mayoritas responden berusia 21–35 tahun sebanyak 51 responden atau sebesar 55%. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok usia produktif menjadi

pengunjung terbesar hotel. Kelompok usia tersebut umumnya memiliki mobilitas tinggi untuk keperluan pekerjaan, bisnis, maupun wisata sehingga lebih sering menggunakan jasa hotel sebagai sarana akomodasi. Sementara itu, responden dengan usia di atas 45 tahun memiliki jumlah paling sedikit yaitu sebesar 10%.

### Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menginap

**Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menginap**

| Tujuan Menginap | Frekuensi | Persentase |
|-----------------|-----------|------------|
| Wisata          | 45        | 48%        |
| Bisnis          | 31        | 33%        |
| Keluarga        | 17        | 19%        |
| Jumlah          | 93        | 100%       |

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden merupakan tamu wisata sebanyak 45 orang atau sebesar 48%. Hal ini menunjukkan bahwa Hotel Front One Gosyen Salatiga cukup diminati oleh wisatawan yang berkunjung ke Kota Salatiga. Selain itu, tamu bisnis juga cukup dominan dengan persentase sebesar 33%, yang menunjukkan bahwa hotel juga menjadi pilihan bagi pengunjung yang melakukan perjalanan kerja atau bisnis.

### Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai jawaban responden terhadap variabel penelitian yang meliputi kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pengunjung. Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini meliputi nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi.

**Tabel 4 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian**

| Variabel            | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---------------------|---------|---------|------|----------------|
| Kualitas Pelayanan  | 3.10    | 4.90    | 4.21 | 0.512          |
| Harga               | 2.90    | 4.80    | 4.05 | 0.487          |
| Kepuasan Pengunjung | 3.20    | 4.95    | 4.30 | 0.536          |

Berdasarkan tabel 4 statistik deskriptif di atas, variabel kepuasan pengunjung memiliki nilai rata-rata (mean) tertinggi sebesar 4,30. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan hotel. Nilai standar deviasi sebesar 0,536 menunjukkan bahwa penyebaran data responden cukup baik dan tidak terlalu bervariasi.

Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,21 yang menunjukkan bahwa responden menilai pelayanan hotel dalam kategori baik. Hal ini berarti pihak hotel dinilai mampu memberikan pelayanan yang cepat, ramah, dan sesuai dengan harapan pelanggan.

Sementara itu, variabel harga memiliki nilai rata-rata sebesar 4,05 yang menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan hotel dianggap cukup sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang diterima pelanggan. Nilai tersebut juga menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa harga hotel masih terjangkau dan kompetitif dibandingkan hotel lain di Kota Salatiga.

### Hasil Uji Instrumen Penelitian

#### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah item pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian dengan baik. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel sebesar 0,203. Jika nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel maka item dinyatakan valid.

**Tabel 5 Hasil Uji Validitas**

| Variabel           | Item | $r$ hitung | $r$ tabel | Keterangan |
|--------------------|------|------------|-----------|------------|
| Kualitas Pelayanan | X1.1 | 0.712      | 0.203     | Valid      |

| Variabel            | Item | r hitung | r tabel | Keterangan |
|---------------------|------|----------|---------|------------|
| Kualitas Pelayanan  | X1.2 | 0.754    | 0.203   | Valid      |
| Harga               | X2.1 | 0.689    | 0.203   | Valid      |
| Harga               | X2.2 | 0.731    | 0.203   | Valid      |
| Kepuasan Pengunjung | Y1   | 0.782    | 0.203   | Valid      |
| Kepuasan Pengunjung | Y2   | 0.806    | 0.203   | Valid      |

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan r tabel. Dengan demikian seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pengunjung dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban responden terhadap item pertanyaan dalam kuesioner. Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60.

**Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel            | Cronbach Alpha | Standar | Keterangan |
|---------------------|----------------|---------|------------|
| Kualitas Pelayanan  | 0.842          | 0.60    | Reliabel   |
| Harga               | 0.801          | 0.60    | Reliabel   |
| Kepuasan Pengunjung | 0.856          | 0.60    | Reliabel   |

Berdasarkan tabel 6 di atas, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa item pertanyaan dalam penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik dan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,200 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Dengan demikian model regresi memenuhi asumsi normalitas dan dapat digunakan dalam analisis regresi linear berganda.

#### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antar variabel independen dalam model regresi

**Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas**

| Variabel           | Tolerance | VIF   | Keterangan                      |
|--------------------|-----------|-------|---------------------------------|
| Kualitas Pelayanan | 0.721     | 1.387 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| Harga              | 0.721     | 1.387 | Tidak terjadi multikolinearitas |

Berdasarkan tabel 7 di atas, nilai tolerance masing-masing variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen sehingga model regresi layak digunakan dalam penelitian.

#### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Pengujian dilakukan menggunakan uji Glejser. Hasil

pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,214 dan harga sebesar 0,327, dimana kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas sehingga model penelitian memenuhi syarat untuk dilakukan analisis regresi linear berganda.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 5.214 + 0.452X_1 + 0.371X_2$$

Keterangan:

- a) Y = Kepuasan Pengunjung
- b) X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan
- c) X<sub>2</sub> = Harga

Interpretasi persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 5,214 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan dan harga dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan, maka nilai kepuasan pengunjung sebesar 5,214.
2. Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,452 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan pengunjung sebesar 0,452 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Koefisien regresi harga sebesar 0,371 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kesesuaian harga sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan pengunjung sebesar 0,371 satuan.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki hubungan positif terhadap kepuasan pengunjung. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan dan semakin sesuai harga yang diberikan hotel, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung hotel.

### Uji Hipotesis

#### Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

**Tabel 8. Hasil Uji t**

| Variabel           | t hitung | Sig.  | Keterangan             |
|--------------------|----------|-------|------------------------|
| Kualitas Pelayanan | 5.876    | 0.000 | Berpengaruh Signifikan |
| Harga              | 3.254    | 0.002 | Berpengaruh Signifikan |

Berdasarkan hasil pengujian di atas diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 sehingga H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Front One Gosyen Salatiga.
2. Variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002 < 0,05 sehingga H2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung hotel.

#### Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

**Tabel 9. Hasil Uji F**

| F hitung | Sig.  | Keterangan |
|----------|-------|------------|
| 48.327   | 0.000 | Signifikan |

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_3$  diterima. Hal ini berarti kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Front One Gosyen Salatiga.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi

| Model   | R Square | Adjusted R Square |
|---------|----------|-------------------|
| Regresi | 0.694    | 0.680             |

(Tabel 10) Nilai Adjusted R Square sebesar 0,680 menunjukkan bahwa 68% variabel kepuasan pengunjung dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan harga. Sedangkan sisanya sebesar 32% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian seperti fasilitas hotel, lokasi, promosi, citra hotel, dan faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## DISKUSI

### Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Front One Gosyen Hotel Salatiga. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi sebesar 0,452 yang menunjukkan hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Pelayanan yang cepat, ramah, tanggap, serta fasilitas yang memadai mampu memberikan pengalaman positif bagi pelanggan selama menginap di hotel.

Penelitian ini sejalan dengan teori (Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry 1998) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga mendukung penelitian (Lupiyoadi 2013) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan kenyamanan dan loyalitas pelanggan hotel.

### Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung dengan nilai signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi sebesar 0,371.

Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa harga yang ditawarkan oleh hotel sudah sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang diterima. Harga yang terjangkau serta sesuai dengan manfaat yang diperoleh pelanggan akan meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap hotel sehingga meningkatkan kepuasan pengunjung.

Penelitian ini sejalan dengan teori (Kotler 2014) yang menyatakan bahwa harga merupakan faktor penting dalam menentukan kepuasan pelanggan karena pelanggan akan membandingkan biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diterima.

### Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ .

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan hotel tidak hanya dipengaruhi oleh pelayanan yang baik tetapi juga dipengaruhi oleh harga yang sesuai. Pelanggan akan merasa puas apabila memperoleh pelayanan yang berkualitas dengan harga yang sesuai dengan harapan mereka.

Dengan demikian, pihak Hotel Front One Gosyen Salatiga perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga keramahan dan profesionalisme karyawan, serta menetapkan harga yang kompetitif agar dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dan mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri perhotelan yang semakin ketat.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pengunjung di Hotel Front One Gosyen Hotel Salatiga, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Front One Gosyen Salatiga. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung. Pelayanan yang cepat, ramah, tanggap, serta kemampuan karyawan dalam memberikan kenyamanan kepada tamu menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan hotel.

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Front One Gosyen Salatiga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga yang sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang diterima pelanggan mampu memberikan persepsi positif kepada pengunjung. Harga yang kompetitif dan terjangkau membuat pelanggan merasa puas terhadap jasa hotel yang diberikan.

Kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Hotel Front One Gosyen Salatiga. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan saja, tetapi juga dipengaruhi oleh kesesuaian harga yang diberikan hotel kepada pelanggan.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi, variabel kualitas pelayanan dan harga mampu menjelaskan kepuasan pengunjung sebesar 68%, sedangkan sisanya sebesar 32% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian seperti fasilitas hotel, lokasi, promosi, citra hotel, dan faktor lainnya.

## IMPLIKASI PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa implikasi praktis yang dapat diterapkan oleh pihak Hotel Front One Gosyen Hotel Salatiga, antara lain:

Pihak hotel perlu meningkatkan kualitas pelayanan terutama pada aspek keramahan, kecepatan pelayanan, dan kemampuan karyawan dalam menangani keluhan tamu agar pelanggan merasa nyaman dan puas selama menginap.

Hotel perlu menjaga kebersihan fasilitas, kenyamanan kamar, serta penampilan karyawan sebagai bagian dari dimensi kualitas pelayanan yang sangat diperhatikan oleh pelanggan.

Pihak hotel perlu menetapkan strategi harga yang sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan sehingga pelanggan merasa harga yang dibayarkan sebanding dengan manfaat yang diterima.

Hotel dapat melakukan evaluasi secara berkala terhadap kepuasan pelanggan melalui survei atau kotak saran agar pihak manajemen dapat mengetahui kebutuhan dan harapan pelanggan secara lebih baik.

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen hotel dalam menyusun strategi pemasaran dan peningkatan kualitas pelayanan guna meningkatkan loyalitas pelanggan dan daya saing hotel.

## SARAN PENELITIAN

Berdasarkan keterbatasan penelitian tersebut, maka peneliti memberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu: Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pengunjung seperti fasilitas, lokasi, promosi, citra hotel, kualitas produk, dan loyalitas pelanggan agar hasil penelitian menjadi lebih lengkap.

Penelitian berikutnya disarankan menggunakan jumlah sampel yang lebih besar dan melibatkan beberapa hotel sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dengan lebih baik.

Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode penelitian campuran (mixed methods) atau metode kualitatif untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai kepuasan pelanggan hotel.

Peneliti berikutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dalam periode waktu yang lebih panjang agar hasil penelitian lebih akurat dan mampu menggambarkan kondisi sebenarnya.

Penelitian selanjutnya juga dapat membandingkan tingkat kepuasan pelanggan antara hotel berbintang dan hotel nonbintang untuk mengetahui perbedaan kualitas pelayanan dan persepsi harga pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Dwi, and Henry Yuliamir. 2026. "Peran Karyawan Multinasional Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Breezbay Hotel The Role of Multinational Employees in Improving Service Quality at Breezbay Hotel." 8(3):1336–42. doi: 10.34007/jehss.v8i3.3005.
- Chaniago, Harmon. 2021. "Analisis Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , Dan Harga Pada Loyalitas Konsumen Nano Store Analysis of Service Quality , Products Quality , and The Price on Nano Store Consumers ' Loy ... Available at <https://ljabo.a3i.or.id> Analisis Kualitas Pelayanan ." (February).
- Editor, Editor. 2022. "Pengaruh Review Food Blogger Javafoodie Terhadap Minat Berperilaku Konsumen Kuliner Di Yogyakarta." *Jurnal Kesehatan Lingkungan Indonesia* 21(3). doi: 10.14710/jkli.21.3.i-iv.
- ELLIYANA, ELA dkk. 2022. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Vol. 1.
- Griffin, J. 2016. *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. Lexington Books.
- Hamzah, Faizal, Ramdani Setiyariski, and Yosef Abdul Ghani. 2020. "Analisis Kepuasan Terhadap Loyalitas Tamu Menginap Di Hotel Berbintang Kota Bandung." *Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia* 2(2):99–106. doi: 10.37253/altasia.v2i2.551.
- Ilham, Wahyudi. 2023. "Analisa Strategi Pemasaran Food and Beverage Department Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada La Bella Vita Lounge Di Hotel Best Western Premier Panbil Batam." *Jurnal Mata Pariwisata* 2(2):73–79.
- Ilmu, Fakultas, Administrasi Institut, Ilmu Sosial, and Dan Manajemen. 2019. "KEPUASAN PELANGGAN Abdul Gofur." 4(1):37–44.
- Ira Ningrum Resmawa. 2020. "Preferensi Konsumen." *Cerdasco*.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. 9th ed. jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas*. Jilid 1. Cetakan Keempat. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2018. *Marketing Management*. Pearson Education.
- Lingkungan, Jurnal Ilmu, Dian Hudawan Santoso, Johan Danu Prasetya, Rahman Saputra, Jurusan Teknik Lingkungan, Fakultas Teknologi Mineral, U. P. N. Veteran Yogyakarta, Jl Swk, and Lingkar Utara. 2020. "Analisis Daya Dukung Lingkungan Hidup Berbasis

- Jasa Ekosistem Penyediaan Air Bersih Di Pulau Karimunjawa.” 18(2):290–96. doi: 10.14710/jil.18.2.290-296.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. “Manajemen Pemasaran Jasa.” in Mcknight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). *The impact of initial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mentari, I., and M. H. Christina. 2015. *Analisis Dan Usulan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Kafe (Studi Kasus: Kafe Lumiere)*.
- Moleong, Lexy J. 2021. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nella Octaviani. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe Kopi Miring Semarang.” *Jurnal Ekonomi Manajemen Universitas Dian Nuswantoro* 274–82.
- Noor, Asmirin. 2022. *Manajemen Pemasaran*.
- Novi Anggraini, Liharman Saragih, and Johanes. W.P. Purba. 2021. “Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Hijab/Pakaian Muslimah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun.” *Manajemen : Jurnal Ekonomi* 3(2):137–56. doi: 10.36985/manajemen.v3i2.124.
- NUGRAHA, D. H., M. Jaiz, and N. Fitriyah. 2014. “INTERAKSI KUNCEN DAN PENGUNJUNG SITUS BUDAYA DI BANTEN (Studi Pada Situs Banten Girang Dan Banten Lama).” (September).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. 1998. “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.” *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen (Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer)*. (Bandung : Alfabeta, 2017), h. 2.
- Sari, R. N. P., and T. M. E. Seleta. 2023. “Customer Relationship Dan Kepuasan Pelanggan Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Produk Agent Eagle Tree Property.” *Jurnal Sains Student ...* 1(1).
- Stanton, William, J. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 7th ed. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tegar, Muhammad, and Henry Yuliamir. 2025. “Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Kinerja Karyawan Di Hotel Asri Podomoro The Effect Of Leadership Style And Interpersonal Communication On Employee Performance Satisfaction At Hotel Asri Podomoro.” 8(2):661–68. doi: 10.34007/jehss.v8i2.2870.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2017. *Pemasaran Strategik*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.
- Tri Nuryani, Fajar, Nurkesuma Nurkesuma, and Baruna Hadibrata. 2022. “Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 3(4):452–62. doi: 10.31933/jemsi.v3i4.977.
- Wijaya, Tony. 2018. *Manajemen Kualitas Jasa*,. Edisi Kedua, Jakarta: PT.Indeks.
- Yuliamir, Henry. 2026. “Determinasi Kepuasan Tamu Melalui Kebersihan Kamar Dan Kualitas Layanan Housekeeping Pada Hotel Luxury Resort Di Jepang Determination of Guest Satisfaction through Room Cleanliness and Housekeeping Service Quality at Luxury Resort Hotels in Japan.” 8(3):1343–51. doi: 10.34007/jehss.v8i3.3006.
- Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner, and Dwayne D. Gremler. 2018. *Services Marketing*. McGraw-Hill.