SERVQUAL: Jurnal Ilmu Manajemen
Volume 1 No. 2 Januari-Juni 2024
ISSN: 3031-3287
https://ejournal.anugerahdutaperdana.com/index.php/adp

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Konsumen Hotel Atina Graha Kota Surakarta)

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, FACILITIES, AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION (Study on Atina Graha Hotel Consumers, Surakarta City)

Fathahillah Kuncoro Sakti[1], Siti Hayati Efi Friantin[2]
[1]Universitas Dharma AUB Surakarta, Jalan. Mr. Sartono No. 46 Surakarta, kcrsakti14@gmail.com,
[2]Universitas Dharma AUB Surakarta, Jalan. Mr. Sartono No. 46 Surakarta, efriantin@stie-aub.ac.id

Abstract

The rapid development of the hotel business in the city of Surakarta has led to hotel competition to attract consumers by competing to provide the best service. This research aims to determine the influence of Service Quality, Facilities and Price on Consumer Satisfaction at the Atina Graha Hotel, Surakarta City. This research is quantitative research with a survey method. The population in this study were all people aged 18 years and over and had stay overnight the Atina Graha Hotel, Surakarta City. The sampling technique used purposive sampling with a sample size of 150 people. The data collection technique uses an online questionnaire which has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used to answer the hypothesis above is multiple regression analysis, t test, F test, and R Squared coefficient of determination. The research results show that: (1) Service Quality has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction (t count: 3.044; significance: 0.003<0.05; and β: 0.215), (2) Facilities have a positive and significant effect on Consumer Satisfaction (t count: 4.269; significance: 0.000<0.05; and β: 0.331), (3) Price has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction (t count: 3.367; significance: 0.001<0.05; and β: 0.413), and (4) Service Quality, Facilities, Price simultaneously have a positive and significant effect on Consumer Satisfaction (F count: 53.548 and significance 0.000<0.05). The results of the coefficient of determination test show that the adjusted R^2 is 0.524. This shows that the variables Service Quality, Facilities and Price can explain the influence of the Consumer Satisfaction variable by 52.4%.

Keywords: *Quality Services , Facilities , Price and Consumer Satisfaction*

Abstrak

Pesatnya perkembangan bisnis perhotelan di Kota Surakarta menyebabkan adanya persaingan hotel untuk menarik konsumen dengan berkompetisi memberikan pelayanan terbaik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Atina Graha Kota Surakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini seluruh masyarakat yang berusia 18 tahun keatas dan pernah menginap Hotel Atina Graha Kota Surakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 150 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner online yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis di atas adalah menggunakan analisis regresi berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi R Kuadrat. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (t hitung: 3,044; signifikansi: 0,003<0,05; dan β: 0,215), (2) Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (t hitung: 4,269; signifikansi: 0,000<0,05; dan β: 0,331), (3) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (t hitung: 3,367; signifikansi: 0,001<0,05; dan β: 0,413), dan (4) Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (F hitung: 53,548 dan signifikansi 0,000<0,05). Hasil Uji koefisien determinasi yang ditunjukkan adjusted R^2 adalah pada 0,524. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga dapat menjelaskan pengaruh variabel Kepuasan Konsumen sebesar 52,4%.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Kepuasan Konsumen*

PENDAHULUAN

Keberhasilan perusahaan di sektor jasa terutama di bidang perhotelan bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan konsumen. Setiap tamu memiliki kebutuhan, keinginan, dan tujuan yang berbeda, sehingga muncul konsep pangsa pasar. Dengan cara ini, perhotelan berusaha menargetkan sekelompok orang di pasar tertentu untuk memasarkan produk atau layanan hotel yang sesuai dengan harapan tamu, sehingga konsumen merasa puas dan terus memilih jasa layanan dari hotel tersebut (Ali et al., 2021).

(Suhardi et al., 2022) memberikan definisi jasa sebagai kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. . Bagi perusahaan yang menyediakan jasa, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Gunawan, 2023).

Kepuasan konsumen pada bisnis perhotelan sangat dipengaruhi oleh keunggulan produknya dan *Service Excellence*, yaitu sikap (*behavior*) karyawan dalam memberikan pelayanan terbaik.

Kualitas pelayanan menurut (Dewandi et al., 2018), adalah terdapat sepuluh faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *reliability, responsiveness, competence, accessibility, courtesy, communication, credibility, security, understanding the customer, dan tangibles.* Kemudian, dimensi tersebut dapat disederhanakan menjadi lima dimensi utama yang dikenal dengan *SERQUAL (service quality),* yang terdiri dari bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Faktor penting dalam memberikan kepuasan konsumen adalah harga. Menurut (Suhardi et al., 2022) harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang-barang dan pelayanan. Dalam industri perhotelan, kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga menjadi faktor yang penting dalam pemilihan hotel oleh konsumen.

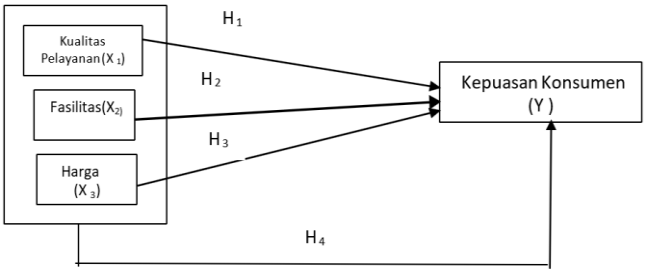
Dalam pandangan (Dewandi et al., 2018) fasilitas dianggap sebagai sarana yang harus dipenuhi sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Oleh karena itu, fasilitas dianggap sangat penting dalam usaha jasa, termasuk kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior, serta kebersihan yang secara langsung berdampak pada pengalaman konsumen. Bagaimana konsumen mempersepsikan interaksi mereka dengan fasilitas jasa berpengaruh pada penilaian mereka terhadap kualitas jasa. Menurut (Along, 2020), indikator fasilitas meliputi enam aspek yaitu perencanaan

spasial, perencanaan ruangan, perlengkapan/perabotan, tata cahaya dan warna, pesan-pesan visual, serta unsur pendukung lainnya.
Menurut (Along, 2020) dimensi kualitas pelayanan mencerminkan sejauh mana perbedaan antara pelayanan yang dirasakan (perceived service) dengan harapan yang seharusnya dimiliki oleh konsumen terhadap pelayanan (*expected service*).

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian *asosiatif causal,* yang bertujuan untuk menemukan hubungan atau pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).



Gambar 3. Paradigma Penelitian

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Hotel Atina Graha bertempat di Jl. Bangka No.30, Setabelan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah, pada bulan Juli 2023.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Hotel Atina Graha Surakarta periode tahun 2023. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling.* Penelitian ini mengambil sebanyak 150 responden sebagai sampel. Penentuan jumlah sampel ini mengikuti panduan yang dikemukakan oleh (Hair et al., 2010) di mana jumlah responden yang ideal tergantung pada jumlah total item pernyataan dikalikan dengan faktor 5-10. Dalam penelitian ini, terdapat 30 item pernyataan, sehingga jumlah responden yang akan diambil adalah 5 x 30 = 150.

Definisi Operasional Variabel

1) Kepuasan Konsumen

   Untuk mengukur kepuasan konsumen, digunakan indikator-indikator yang mencakup harapan (*expectations*), kinerja (*performance*), perbandingan (*comparison*), dan konfirmasi/pembuktian (*confirmation*/*disconfirmation*) berdasarkan pandangan (Wilkie, 1994:27).
2) Kualitas Pelayanan

   Indikator kualitas pelayanan, seperti yang dijelaskan oleh (Tjiptono, 2019), meliputi bukti fisik (tangible), kehandalan (reliability), responsivitas (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).
3) Fasilitas

   Menurut (Tjiptono, 2019), terdapat enam indikator fasilitas yang perlu diperhatikan, yaitu Pertimbangan atau Perencanaan spesial, Perncanaan Ruangan,

Perlengkapan Perabotan, Tata cahaya dan warna, Pesan yang disampaikan secara grafis.

4) Harga

Menurut (Kotler & Keller, 2012), terdapat empat indikator yang mencirikan harga meliputi Keterjangkauan Harga, Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk, Daya Saing Harga, Kesesuaian Harga dengan Manfaat.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden melalui platform Google Form.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji prasayarat analisis yang meliputi uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas; serta uji hipotesis yang meliputi analisis regresi berganda, uji t, uji f, dan uji koefisiensi determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Deskripsi Variabel

1) Kualitas Pelayanan

Responden yang memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan dalam kategori rendah sebanyak 24 orang (16%), responden yang memberikan penilaian dalam kategori sedang sebanyak 105 orang (70%), dan responden yang memberikan penilaian dalam kategori tinggi sebanyak 21 orang (14%).

2) Fasilitas

Responden yang memberikan penilaian terhadap fasilitas dalam kategori rendah sebanyak 23 orang (15,3%), responden yang memberikan penilaian dalam kategori sedang sebanyak 103 orang (75,4%), dan responden yang memberikan penilaian dalam kategori tinggi sebanyak 14 orang (9,3%).

3) Harga

Responden yang memberikan penilaian terhadap Harga dalam kategori rendah sebanyak 14 orang (9,3%), responden yang memberikan penilaian dalam kategori sedang sebanyak 110 orang (73,4%), dan responden yang memberikan penilaian dalam kategori tinggi sebanyak 26 orang (17,3%).

4) Kepuasan Konsumen

Responden yang memberikan penilaian terhadap Kepuasan Konsumen dalam kategori rendah sebanyak 29 orang (19,3%), responden yang memberikan penilaian dalam kategori sedang sebanyak 105 orang (70%), dan responden yang memberikan penilaian dalam kategori tinggi sebanyak 16 orang (10,7%).

SERVQUAL: Jurnal Ilmu Manajemen
Volume 1 No. 2 Januari-Juni 2024
ISSN: 3031-3287
https://ejournal.anugerahdutaperdana.com/index.php/adp

Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.04350315
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.044
	Negative	-.047
Test Statistic		.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,200 dan nilai ini lebih besar dari 0,05 (signifikansi>0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian berdistribusi normal, sehingga dapat dianalisa lebih lanjut.

2) Uji Linieritas

Tabel 2. Hasil Uji Linearitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Kualitas pelayanan	0,610	Linier
Fasilitas	0,483	Linier
Harga	0,128	Linier

Hasil uji linieritas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 (signifikansi>0,05), hal ini menunjukkan bahwa hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat bersifat linier.

3) Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	*Tolerance*	VIF	Kesimpulan
Kualitas pelayanan	0.489	2.047	Non Multikolinearitas
Fasilitas	0.549	1.821	Non Multikolinearitas
Harga	0.542	1.844	Non Multikolinearitas

Dari tabel di atas terlihat bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai tolerance di atas 0,10 dan nilai Variance Inflations Factor di bawah 10. Sehingga

dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

4) Uji Heterokedastisitas

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Kesimpulan
Kualitas pelayanan	0.537	Non Heteroskedastisitas
Fasilitas	0.380	Non Heteroskedastisitas
Harga	0.086	Non Heteroskedastisitas

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (b)	t-hitung	Sig.	Kesimpulan
Kualitas pelayanan	0.215	3,044	0.003	Signifikan
Fasilitas	0.331	4,269	0.000	Signifikan
Harga	0.434	3,367	0.001	Signifikan
Konstanta	6,271			
Adjusted R^2	0,524			
F hitung	53,548			
Sig	0,000			

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda tersebut diketahui bahwa persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 6{,}271 + 0{,}215\ X_1 + 0{,}331\ X_2 + 0{,}434\ X_3 + e$$

a) Nilai konstanta yang dihasilkan sebesar 6,271 dapat diartikan bahwa apabila variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga, bernilai nol maka variabel Kepuasan Konsumen akan bernilai 6,271. Nilai konstanta positif menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang searah antara variabel independen dengan variabel dependen.
b) Nilai koefisien beta pada variabel *Kualitas Pelayanan* sebesar 0,215 berarti bahwa setiap perubahan pada variabel *Kualitas Pelayanan* (X_1) sebesar satu satuan akan meningkatkan *Kepuasan Konsumen* (Y), dengan asumsi bahwa variabel *Fasilitas* dan *Harga* dianggap konstan atau tetap.
c) Nilai koefisien beta pada variabel *Fasilitas* sebesar 0,331 berarti bahwa setiap perubahan pada variabel *Fasilitas* (X_2) sebesar satu satuan akan meningkatkan *Kepuasan Konsumen* (Y), dengan asumsi bahwa variabel *Kualitas Pelayanan* dan *Harga* dianggap konstan atau tetap.

d) Nilai koefisien beta pada variabel *Harga* sebesar 0,434 berarti bahwa setiap perubahan pada variabel *Harga* (X_3) sebesar satu satuan akan meningkatkan *Kepuasan Konsumen* (Y), dengan asumsi bahwa variabel *Kualitas Pelayanan* dan *Fasilitas* dianggap konstan atau tetap.

2) Uji t (Parsial)

Berikut adalah penjelasan hasil uji t pada masing- masing variabel independen:

a) Hasil statistik uji t untuk variabel *Kualitas Pelayanan* diperoleh nilait hitung sebesar 3,044 lebih besar dari t tabel 1,975 (3,044>1,975)dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 (0,003<0,05) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,215. Berdasarkan hasil statistik tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa ha atau hipotesis yang menyatakan bahwa "*Kualitas Pelayanan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Kepuasan Konsumen*" **diterima**.
b) Hasil statistik uji t untuk variabel *Fasilitas* diperoleh nilai thitung sebesar 4,269 lebih besar dari t tabel 1,975 (4,269 >1,975)dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05(0,000<0,05) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,331. Berdasarkan hasil statistik tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa ha atau hipotesis yang menyatakan bahwa "*Fasilitas* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *Kepuasan Konsumen*" **diterima**.
c) Hasil statistik uji t untuk variabel *Harga* diperoleh nilait hitung sebesar 3,367 lebih besar dari t tabel 1,975 (3,367 >1,975)dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 (0,001<0,05) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,434. Berdasarkan hasil statistik tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hal atau hipotesis yang menyatakan bahwa "*Harga* mempunyai pengaruh positif dan signifikanterhadap *Kepuasan Konsumen*" **diterima**

3) Uji F (Simultan)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 53,548 lebih besar dari F tabel 2,67 (53,548 >2,67) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000<0,05) maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan "*Kualitas Pelayanan*, *Fasilitas*, dan *Harga* secara simultan mempunyai pengaruh positif terhadap *Kepuasan Konsumen*" **diterima**.

4) Koefisien Determnasi (R^2)

Hasil uji adjusted R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,524. Hal ini menunjukkan bahwa *Kepuasan Konsumen* dipengaruhi oleh *Kualitas Pelayanan*, *Fasilitas*, dan *Harga* sebesar 52,4% sedangkan sisanya sebesar 47,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Kesimpulan

1) Kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sejalan dengan penelitian sebelumnya (Yineu Nur Layaalin, 2017), meskipun kontradiksi dengan penelitian lain (Komala & Selvi, 2021)..
2) Fasilitas juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di hotel Atina Graha Surakarta, sesuai dalam penelitian sebelumnya (Yineu Nur

Layaalin, 2017), meskipun hasilnya bertentangan dengan penelitian lain (Rutjuhan & Ismunandar, 2020).

3) Hubungan antara harga produk dan kepuasan konsumen positif dan signifikan, sejalan dengan penelitian sebelumnya (Yineu Nur Layaalin, 2017), meskipun hasilnya berbeda dari penelitian lain (Nursakinah et al., 2022).

Penelitian ini menyimpulkan bahwa secara bersama-sama, variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Hotel Atina Graha Surakarta.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

1) Bagi Hotel Atina Graha Kota Surakarta
   a) Variabel fasilitas dan harga memiliki pengaruh yang lebih besar daripada variabel kualitas pelayanan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan Hotel Atina Graha Kota Surakarta.
   b) Kualitas Pelayanan di Hotel Atina Graha Surakarta dapat ditingkatkan, melalui prningkatan mutu karyawan sehingga kesadaran dan pemahaman karyawan dalam memberikan pelayanan yang akurat (sesuai permintaan konsumen).
   c) Untuk Fasilitas, harus selalu memperhatikan kebutuhan dan sesuai yang diinginkan konsumen.
   d) Dalam hal Harga, perlu menjaga keseimbangan antara pelayanan yang diberikan dengan harga yang ditawarkan agar konsumen merasa nilai yang pantas dengan jumlah uang yang mereka keluarkan.

2) Peneliti Selanjutnya

Peneliti berikutnya memiliki potensi untuk melanjutkan penelitian ini dengan menggali variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti citra merek, iklan, promosi, dan penanganan keluhan konsumen. Melalui penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor ini, dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai elemen-elemen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Hotel Atina Graha Kota Surakarta.

Selain itu, dalam melakukan penelitian lebih lanjut, peneliti dapat mempertimbangkan menggunakan metode lain, misalnya wawancara mendalam dengan konsumen. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengeksplorasi secara mendalam persepsi, pendapat, dan pengalaman langsung pelanggan terkait dengan layanan di Hotel Atina Graha Kota Surakarta. Melalui wawancara mendalam, informasi yang diperoleh akan lebih bervariasi dan lebih kaya dibandingkan dengan hanya mengandalkan angket dengan jawaban yang telah ditentukan sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, B. J., Gardi, B., Othman, B. J., Ahmed, S. A., Ismael, N. B., Hamza, P. A., Aziz, H. M., Sabir, B. Y., Sorguli, S., & Anwar, G. (2021). *Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. International Journal of Engineering, Business and Management*, *5*(3), 14–28. https://doi.org/10.22161/IJEBM.5.3.2

Along, A. (2020). Kualitas pelayanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik* (Vol. 6, Issue 1). https://jiap.ub.ac.id/index.php/jiap/article/view/954

BPS Surakarta (2023, 1 Maret). Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Udara Januari 2023. Diakses pada 14 Maret 2023, dari https://surakartakota.bps.go.id/pressrelease/2023/03/01/234/perkembangan-pariwisata-dan-transportasi-udara-januari-2023.html

Dewandi, Yulizar Kasih, & idham Cholid. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Emilia Palembang. *Jurnal Ilmiah STIE Multi Data Palembang.* https://core.ac.uk/reader/153523782

Gunawan, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Swarna Dwipa. *Jurnal MDP Student Conference (MSC) Ed. 2*. https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/msc/article/download/4246/1392

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010*). Multivariate Data Analysis*. (7th Edition). London :Pearson

Komala, R., & Selvi, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. Vol 13. *Jurnal Manajemen Universitas Mulawarman.* https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2299881

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). London :Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Manajemen Pemasaran* (14th ed.). Jakarta :PT. Prehallindo.

Nursakinah, Hichmaed .T. H, & Intan .D .B, (2022). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Bangunan Sinar Agung Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*. https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/view/360

Riadi, M., & Kamase, J. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Toyota (Studi Kasus Pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin). *Journal of Management Science (JMS)*, *2*(1). https://pasca-umi.ac.id/index.php/jms/article/view/320

Rutjuhan, A., & Ismunandar, I. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Mahfoed Life Gym. *Pamator Journal*, *13*(1), 105–109. https://doi.org/10.21107/pamator.v13i1.7015

Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, *31*(02), 31–41. https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.718

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Bisnis Pemasaran*. (Vol. 4). Yogyakarta :Andi Offset.

Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2019). *Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta :Andi Offset.

Wilkie, W. L. (1994). *Consumer behavior* (4th ed.). New Jersey :Jhon Wiley & Sons, Inc,. https://www.worldcat.org/title/782164282

Yineu Nur Layaalin. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Top 40 Family Karaoke Yogyakarta). *Jurnal Karya Ilmiah Manajemen UNY*. https://eprints.uny.ac.id/54157/