

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Pada umumnya hotel adalah kebutuhan akan sarana penginapan yang menyediakan fasilitas dan pelayanan penginapan, makanan, minuman serta banyak lagi yang lainnya. Sekarang ini banyak sekali para pengusaha di bidang usaha industry perhotelan menggunakan hotel sebagai bisnis usahanya, bisnis hotel merupakan bisnis jasa yang menjual segala bentuk akomodasi yang didalamnya terdapat unsur kenyamanan, pelayanan, berbagai fasilitas lainnya yang diperuntukkan bagi mereka yang menghendaki sarana penginapan untuk kepentingan pekerjaan, keluarga maupun liburan. Berkaitan dengan hal tersebut tentunya hotel merupakan industri penginapan dimana didalamnya terdapat komponen yang sangat penting yakni kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Maka dari itu kepuasan konsumen dalam hal harga, pelayanan, fasilitas dan lokasi merupakan awal dari keberhasilan sebuah bisnis.

Dalam dunia bisnis terutama dalam bisnis perhotel, harga, kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi hotel memang sangat diperlukan karena pada dasarnya usaha perhotel merupakan komoditas yang bersumber dari non migas, dimana beberapa tahun terakhir sangat pesat peningkatannya. Dengan adanya peningkatan usaha pada sektor wisata tersebut merupakan peluang baru bagi munculnya hotel-hotel baru yang ikut meramaikan bisnis di dunia industry perhotelan. Dengan munculnya bisnis tersebut namun disisi lain juga diimbangi dengan persaingan yang semakin ketat. Persaingan

yang ketat itulah yang menyebabkan mereka berlomba-lomba untuk menawarkan *value* yang lebih sebagai daya tarik konsumen terhadap hotel.

Mereka mulai menambahkan dari segi makanan, minuman, fasilitas lain yang menambah daya tarik konsumen. Selain itu juga menambahkan *ornament* atau fasilitas kamar yang lebih aman dan nyaman, serta untuk menunjang agar para penginap bisa betah singgah di hotel tersebut.

fasilitas yang memadai, pelayanan yang memuaskan dan lokasi yang strategis, konsumen tentunya akan memilih penginapan sesuai dengan keinginan mereka, berbagai konsumen memiliki minat yang berbeda-beda akan hal tersebut.

Konsumen dari golongan menengah kebawah biasanya lebih menekankan pada harga yang terjangkau dan kamar yang memadai, sedangkan konsumen golongan menengah mereka lebih mengedepankan dengan mempertimbangkan harga dan fasilitas yang diperoleh. Untuk konsumen golongan menengah keatas, mereka lebih cenderung untuk memilih penginapan dengan fasilitas *full music*, *swalayan*, *cafe*, *room service* serta fasilitas lain yang mengutamakan kualitas tanpa memperhatikan harga. Maka dari situlah pihak manajemen hotel harus cerdas dalam mengatur mengenai kriteria atau keinginan konsumen.

Memang terbukti jika akomodasi hotel semakin meningkat otomatis semakin tertarik konsumen terhadap akomodasi hotel. Beriringan dengan waktu dengan munculnya berbagai hotel, maka munculah hotel Capsule dengan berbagai keunggulan kompetitif. Mengelola hotel secara tepat dan professional akan meningkatkan serta

menjaga kenyamanan konsumen. Namun persaingan antar hotel yang ketat saat ini membutuhkan kegiatan promosi dan pengelolaan penyediaan kamar hotel yang baik, pengelolaan tersebut sangat dibutuhkan karena pendapatan utama hotel adalah dari penyewaan kamar dan fasilitas yang disediakan, maka kegiatan promosi dan penetapan harga sangat penting untuk dilakukan.

Hotel Sleep&Sleep Capsule ini terletak di Jalan Imam Bonjol No 15-17 Semarang, hotel ini menawarkan akses mudah ke kota, tujuan penting dan ke berbagai tujuan wisata Semarang. Hotel ini memiliki konsep dengan arsitektur klasik terpadu dengan gaya yang unik dan elegan, sangat murah, lokasi strategis dan diminati oleh konsumen. Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari industri telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat.

Perusahaan lokal sebagai Tuan rumah semakin dituntut untuk mengenali perilaku konsumen untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan mereka. Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut, untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya, baik dari segi harga, pelayanan, fasilitas dan lokasi. Pada dasarnya tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami sifat dan keinginan konsumen dengan baik sehingga apapun yang dilakukan dapat memberikan sesuatu yang memuaskan bagi konsumen. Dahulu hotel hanya sebagai tempat bermalam bagi konsumen yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki relasi di

tempat tujuan, namun seiring berjalannya waktu, fungsi hotel mengalami peningkatan. Saat ini seringkali hotel digunakan untuk acara pernikahan, rapat perusahaan, *launching* untuk produk baru suatu perusahaan dan tak jarang pula hotel digunakan untuk sarana untuk berakhir pekan bagi kalangan masyarakat menengah atas.

Para pengusaha perhotelan diharapkan tanggap dan memiliki respon yang cepat terhadap perubahan-perubahan ini. Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas kualitas pelayanan terbaik agar para konsumen puas terhadap layanan yang diberikan, dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama, layanan yang baik akan menyelamatkan, sebaliknya, layanan yang buruk tidak dapat menyelamatkan. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan.

Berkaitan dengan harga bagi perusahaan adalah hal penting yang perlu dipikirkan, oleh karena itu harga adalah kebijakan pemasaran yang akan langsung mempengaruhi pendapatan. Harga juga menjadi penting karena akan menjadi patokan bagi konsumen untuk membeli produk. Dalam arti sempit harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Berkaitan dengan harga, hotel Sleep&Sleep

Capsule Semarang adalah hotel capsule yang memiliki bentuk mini bad, dan hanya sekedar untuk beristirahat sejenak, oleh karena itu dalam hal harga hotel ini menawarkan harga yang relatif murah bagi para konsumen sehingga sangat jangkau bagi konsumen baik itu dari kalangan bawah, menengah maupun atas. Yang paling penting juga adalah penetapan harga jasa karena terkait dengan *revenue*, citra, kualitas, distribusi dan lain-lain, keputusan penetapan harga juga sedemikian penting dalam menentukan seberapa jauh sebuah layanan jasa dinilai oleh konsumen, dan juga dalam proses membangun citra.

Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel selama tamu atau konsumen tersebut berada dihotel, meliputi pelayanan yang diberikan oleh *receptionist*, *bell boy*, *roomservice*, *security*, *cleaning*, *service*, dan lain-lain.

Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *perceived service*. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi dari penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Unggulnya kualitas layanan diharapkan mampu menarik konsumen untuk kembali memiliki kecenderungan melakukan penginapan kembali.

Berkaitan dengan fasilitas sebuah hotel, fasilitas juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen

untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan tempat untuk mereka menginap. Karena bagi konsumen golongan menengah keatas fasilitas juga menjadi pertimbangan yang sangat mereka perhitungkan, tapi bagi konsumen golongan menengah kebawah, mereka lebih memilih hotel dengan harga yang relatif murah dan nyaman untuk di huni sehingga mengenai fasilitas bisa dilihat dari tipe-tipe konsumen baik itu konsumen golongan atas,bawah dan menengah, semakin lengkap fasilitas di tambah lagi lokasi yang strategis, maka akan semakin puas pelanggan maka pelanggan akan terus memilih hotel tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang di peroleh terhadap harga,fasilitas, pelayanan dan lokasi yang ada.

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangannya. Definisi lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Penentuan lokasi adalah strategi utama dalam usaha.

Lokasi yang strategis akan menjadi jalan pembuka yang menentukan kesuksesan sebuah usaha. Banyak pengusaha yang terkadang kurang memahami pentingnya lokasi ketika membuka usaha sehingga tidak melakukan survei lokasi dan

menyusun strategi yang tepat dalam pemilihan lokasi tersebut. Hotel Sleep&Sleep Capsule Semarang adalah hotel yang memiliki lokasi yang sangat strategis dimana hotel ini persis berda di antara dua stasiun kereta api yaitu stasiun tawang dan stasiun poncol. Dengan dimilikinya lokasi yang strategis seperti ini, membuat hotel ini semakin di kenal oleh orang banyak, karena dengan lokasinya yang strategis dan juga relatif murah.

Hal tersebut tentu akan membawa dampak positif bagi masa depan perusahaan perhotelan serta karyawan yang bekerja diperusahaan tersebut. Dari berbagai pendapat diatas, maka sebaiknya penyusunan strategi seharusnya memperhatikan tujuan dan sasaran yang akan dicapai di waktu yang akan datang. Selain itu suatu organisasi harus senantiasa berinteraksi dengan lingkungan juga sangat perlu untuk melihat kemampuan ekasternal dan internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan organisasinya. Strategi yang ada sangat mungkin untuk dapat gagal bila suatu organisasi tidak konsisten dengan apa yang dikatakan, apa yang di usahakan dan apa yang sebenarnya mereka lakukan juga laksanakan.

Tabel 1. 1 Research Gap Harga Terhadap Keputusan Konsumen

Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	Hasil Penelitian	Peneliti
	Terdapat pengaruh positif signifikan Antara harga terhadap kepuasan konsumen	Ratih Hardiyati (2010)
	Terdapat pengaruh signifikan dan Positif antara Fasilitas terhadap kepuasan konsumen	Ninik Sriyani dan Achmad Sukma Hidayat (2017)

Sumber : Dari beberapa jurnal

Berdasarkan research gap menunjukan bahwa penelitian terdahulu banyak menyatakan pengaruh yang positif dan signifikan, dan hasil diatas juga menunjukkan penelitian yang secara langsung tidak berpengaruh, maka dalam penelitian mendapatkan gambar yang akan dibuktikan dalam penelitian baik berpengaruh positif dan signifikan maupun berpengaruh secara tidak langsung.

Tabel 1. 2 Research Gap Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen

Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	Hasil Penelitian	Peneliti
	Terdapat Pengaruh positif signifikan Antara kualitas pelayanan Terhadap kepuasan konsumen	Sartika Mohadan Sjendry Loindong (2016)
	Terdapat Pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.	Yunus (2014)
	Terdapat pengaruh negatif signifikan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen.	Meta Oktavia Dan Devilia Sari (2015)

Sumber : Dari beberapa Jurnal

Berdasarkan research gap di atas terlihat bahwa hasil penelitian mengenai pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen masih memberikan hasil yang berbeda, karena adanya perbedaan mengenai hasil, maka dilakukan kembali penelitian

lebih lanjut dengan harapan untuk menerangkan hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pelanggan lama maupun pelanggan baru. Sehingga dapat memberikan hasil yang signifikan bagi penelitian berikutnya dan menjadi acuan bagi peneliti di bidang yang sama.

Tabel 1. 3 Research Gap Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen

Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen	Hasil Penelitian	Peneliti
	Terdapat Pengaruh positif signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen.	Adhy Fajrur Nur Falakh (2016)
	Terdapat pengaruh signifikan dan positif Antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen.	Budiyanto (2014)
	Fasilitas Berpengaruh Tetapi tidak Signifikan terhadap kepuasan konsumen	Yuda Supriyanto (2012)

Sumber : Dari Beberapa Jurnal

Berdasarkan hasil dari research gap diatas menghasilkan penelitian yang signifikan dan pengaruh positif dalam fasilitas terhadap kepuasan konsumen, semakin banyak penelitian yang menyatakan pengaruh signifikan dan positif membuat peneliti untuk tidak ragu lagi menyimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 1. 4 Research Gap Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen

Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen	Hasil Penelitian	Peneliti
	Terdapat Pengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen	Samuel Adhimas Putra dan Ismi Darmastuti (2013)
	Tidak Terdapat Pengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen	Dea Irana Putri,Wahyu Hidayat Dan Reni Shinta Dewi (2012)

Sumber : Dari Beberapa Jurnal

Berdasarkan research gap di atas terlihat bahwa hasil penelitian mengenai pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen masih memberikan hasil yang berbeda, karena adanya perbedaan mengenai hasil maka masih belum bisa di sepakati mengenai hasil.

Adapun jumlah tamu hotel Sleep&Sleep Capsule Semarang dalam tiga tahun terakhir bisa dilihat pada table berikut ini :

Tabel 1.5 Jumlah Tamu Hotel Sleep&Sleep Capsule Semarang

Tahun	Jumlah Tamu
2019	13.049 Orang
2020	4.779 Orang
Januari - Juli 2021	1.451 Orang

Sumber :Data Sleep&Sleep Capsule Semarang.

Dari table di atas dapat dilihat bahwa jumlah tamu hotel Sleep&Sleep Capsule Semarang dari tahun 2019 - Juli 2021 mengalami penurunan yang sangat signifikan, itu diakibatkan karena kasus Covid-19 yang melanda Indonesia di awal tahun 2020 lalu sehingga menyebabkan penurunan jumlah tamu yang sangat signifikan

Peneliti menyadari dengan adanya masalah yang dimiliki hotel Sleep&Sleep Capsule Semarang yaitu berkaitan dengan sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki dimana para karyawan tidak berasal dari latar belakang pendidikan perhotelan sehingga pelayanan yang diberikan kurang memuaskan bagi para konsumen dan cenderung kaku dalam pelayanan. Berkaitan dengan lokasi berdirinya hotel Sleep&Sleep Capsule Semarang yang dimana hotel ini berada di daerah dataran rendah sehingga menyebabkan rawan terjadinya banjir ketika musim penghujan yang membuat para tamu hotel tidak merasa nyaman dan terganggu sehingga mengakibatkan kerugian tersendiri bagi pihak hotel.

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi harga, pelayanan, fasilitas dan lokasi sangat diperlukan dalam proses pembentukan atau dalam proses menjalankan sebuah perusahaan jasa, khususnya pada jasa perhotelan, yang dimana dalam persaingan yang sangat ketat ini, sebuah hotel mampu bersaing dalam situasi sulit apapun dan dimana sebuah hotel sudah memiliki pondasi yang kuat baik dari segi harga, pelayanan, fasilitas dan lokasi sehingga menjadi kepuasan tersendiri bagi perusahaan yang merasakan dampak dari pondasi yang sudah ada ini.

Dan berdasarkan latar belakang masalah yang ada, dan melihat pentingnya kepuasan bagi konsumen, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “PENGARUH PERSEPSI HARGA, PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKAS TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, maka permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Apakah Persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen hotel Sleep&Sleep Capsule Semarang?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen Sleep&Sleep Capsule Semarang?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan konsumen Sleep&Sleep Capsule Semarang ?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan konsumen Sleep&Sleep Capsule Semarang ?

1.3 Batasan Masalah

Mengingat banyaknya faktor yang mempengaruhi harga, pelayanan, fasilitas dan lokasi pada sebuah hotel, dan tidak semua faktor dapat dibahas dalam penelitian ini, maka perlu dilakukan pembatasan masalah dengan maksud agar pembahasan

dapat lebih terarah dan tidak terjadi pembahasan yang melebar, maka dalam pengamatan ini akan dibatasi pada :

1. Skripsi ini dilakukan di Hotel Sleep&Sleep Capsule Semarang.
2. Skripsi ini dilakukan pada bulan Mei 2021 – Agustus 2021
3. Skripsi ini membatasi pada pengaruh Persepsi harga, pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menginap konsumen pada hotel Sleep&Sleep Capsule Semarang

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada hotel Sleep&Sleep Capsule Semarang.
2. Untuk menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel Sleep&Sleep Capsule Semarang.
3. Untuk menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada hotel Sleep&Sleep Capsule Semarang.
4. Untuk menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada hotel Sleep&Sleep Capsule Semarang.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis
Memberikan banyak ilmu pengetahuan tentang pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam manajemen sumberdaya manusia di Indonesia.

2. Bagi Perusahaan

Hasil skripsi ini bisa menjadi masukan bagi perusahaan Hotel Sleep&Sleep Capsule Semarang, dalam melihat pengaruh Persepsi harga, pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan konsumen.

3. Bagi Pihak Lain

Dapat memberikan masukan kepada setiap pembacanya, terutama pembaca yang berminat dalam penelitian di bidang yang sama.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara jelas isi dari penelitian ini, maka sistematika penulisan disusun sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini mendeskripsikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis yang menjelaskan teori-teori yang berhubungan dengan pokok pembahasan dan penelitian terdahulu dan menjadi dasar acuan teori yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab berisi tentang objek penelitian, waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel-variabel penelitian, instrument penelitian (uji validitas dan reliabilitas) dan metode analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis data dan pembahasan hasil sebuah penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh setelah melakukan penelitian, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvinson, y. (2013). . *analisis pengaruh harga, fasilitas,dan lokasi terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Studio*, ekonomika dan bisnis Hal 1-72.
- Dealisna pantilu, R. A. (2018). *pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada warunk bendito kawasan megamas manado*. Manado ISSN 2303-1174. Hal 1 - 10
- Desembrianita, e. (2016). *Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa hotel oval surabaya*. journal of research in economics and management (jurnal riset ekonomi dan manajemen), Hal 345-354.
- Dewandi1, Y. K. (2013). *pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada hotel emilia palembang*. Jurnal Kepuasan Konsumen, Hal 1-6.
- Fristi bellia annishia, E. P. (2019). *pengaruh harga dan fasilitas terhadap keputusan menginap tamu di hotel best western premier the hive jakarta*. jurnal hospitality dan pariwisata, Hal 1-10.
- Hartini, S. (2017). *al – ulum ilmu sosial dan humaniora. pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen untuk menginap di hotel sakura palang karaya*, Palangkaraya Hal 1-15.
- Hidayah, N. (2019). *pengaruh harga, fasilitas, pelayanan, dan lokasi, terhadap kepuasan pelanggan pada rumah makan di kabupaten bulukumba*. ekonomi dan bisnis, Hal 1-15.
- Iriani, F. (2020.). *pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik sariayu martha tilaar*. francy iriani. Hal 1-26 .
- Laila tri susanti katemung, C. K. (2018). *pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan menginap pada hotel genio manado*. L.t.s.katemung.,c.kojo.,f.s.rumokoy.,Pengaruh kualitas, Hal 1-10
- Mita baiti, A. S. (2012). *Pengaruh Lokasi, Harga Dan Fasilitas Hotel* (Fakultas Ekonomi, Bisnis Dan Ilmu Sosial, Universitas Matana _ . Ekonomi bisnis dan ilmu sosial,, Hal 1-12.
- Nicklouse christian lempoy, S. L. (2015,). *pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan menggunakan jasa taman wisata toar lumimuut (taman eman) sonder*. Ekonomi Dan Bisnis, Halaman 1-12 ISSN 2303-1174 . (VOL.3)
- Nurdin, M. R. (2011). *pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian*. pengaruh keputusan pembelian , Hal 1-9.

- Pratiwi, M. (2018). *pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga, terhadap kepuasan konsumen di penginapan lebar daun palembang*. Ekonomi. Hal 1-11.
- Raharjo, A. S. (2009). *pengaruh fasilitas, pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa internet di kecamatan gajahmungkur semarang* . Ekonomi ,Hal 1-7.
- Riyanti. (2014/2015). *pengaruh pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen martabak kirana di kabupaten sleman, Sleman*. Hal 1-16.
- Sarah maryam chandra (2015) M. V.. *pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap keputusan konsumen menggunakan hotel baliem pilamo di wamena. pengaruh kualitas pelayanan, Promosi, Halaman 1- 12*.
- Sulistiono, A. B. (2010). *pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menginap* . Ekonomi, 1-8.
- Widyaningrum, I. D. (2020).. *pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan hotel luminor*, Jurnal Stei Ekonomi Hal 1-22.

