

PENGARUH KEPUASAN *HOTEL ATTRIBUTES* TERHADAP *OVERALL SATISFACTION* PADA *UPSCALE HOTEL* DI KOTA BANDUNG

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada
Program Studi Manajemen Resort dan Leisure*



Oleh:

Joenathan Damarmaya Raharjo

1905036

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT & LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2023

PENGARUH KEPUASAN *HOTEL ATTRIBUTES* TERHADAP *OVERALL SATISFACTION* PADA *UPSCALE HOTEL* DI KOTA BANDUNG

Oleh:

Joenathan Damarmaya Raharjo

Diajukan untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata
Program Studi Manajemen Resort dan Leisure

© Joenathan Damarmaya Raharjo
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2023

Hak Cipta dilindungi Undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian
dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

LEMBAR PENGESAHAN

Joenathan Damarmaya Raharjo

1905036

PENGARUH KEPUASAN *HOTEL ATTRIBUTES* TERHADAP *OVERALL SATISFACTION* PADA *UPSCALE HOTEL* DI KOTA BANDUNG

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Rosita, S.S., M.A.

NIP. 19791019 200604 2 001

Pembimbing II



Reiza Miftah Wirakusuma, S.ST.Par., M.Sc

NIP. 19811014 200604 2 001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE

NIP. 19791215 200812 2 002

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh Kepuasan *Hotel Attributes Terhadap Overall Satisfaction Pada Upscale Hotel di Kota Bandung***" ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2023

Joenathan Damarmaya Raharjo

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan karya “Pengaruh Kepuasan *Hotel Attributes* Terhadap *Overall Satisfaction* Pada *Upscale Hotel* di Kota Bandung” Satu dari prasyarat untuk mendapatkan gelar sarjana pariwisata diselesaikan oleh penulis saat mengikuti studi Manajemen Resort & Leisure di Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis telah menempuh perjalanan panjang untuk menyelesaikan skripsi ini. Akan banyak halangan dan rintangan, namun itu tidak membuat penulis menyerah. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua, saudara, sahabat dan semua pihak yang telah membantu penulis atas segala doa, dorongan, dukungan dan semangatnya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak yang harus diperbaiki. Oleh karena itu, penulis menaruh harapan dan saran yang membangun dari semua pihak agar disertasi ini lebih bermanfaat. Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan serta pemahaman bagi para pembaca.

Bandung, Agustus 2023

Penulis

PENGARUH KEPUASAN *HOTEL ATTRIBUTES* TERHADAP *OVERALL SATISFACTION* PADA *UPSCALE HOTEL* DI KOTA BANDUNG

ABSTRAK

Joenathan Damarmaya Raharjo

1905036

Banyak penelitian telah dilakukan tentang atribut – atribut hotel terkait dengan keputusan pilihan hotel sebagai bagian dari perilaku pra-pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh dari kepuasan pada atribut – atribut hotel terhadap *overall satisfaction* pada *upscale* hotel di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh kepuasan pada atribut – atribut hotel terhadap *overall satisfaction*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada 140 responden yang pernah menginap minimal satu malam di *upscale* hotel di Kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh kepuasan pada atribut – atribut hotel secara positif mempengaruhi *overall satisfaction* terhadap tamu yang menginap pada *upscale hotel* di Kota Bandung memiliki nilai presentase tinggi dan baik dari tamu. Selanjutnya dimensi *prompt and courteous service quality*, *room cleanliness and comfort* dan *value for money* mendapatkan tanggapan yang sangat baik dari tamu serta memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *overall satisfaction*. Secara keseluruhan, dapat diketahui bahwa pengaruh kepuasan pada atribut hotel terhadap *overall satisfaction* memiliki pengaruh yang kuat. Adapun implikasi dari penelitian ini yaitu *upscale hotel* Kota Bandung harus memberikan produk, kualitas kamar dan fasilitas serta pelayanan dengan standar kualitas internasional hotel kelas atas agar tamu mendapatkan *overall satisfaction*. Oleh karena itu, penting bagi pengelola untuk mempertahankan kepuasan tamu serta mengenal betul kebutuhan tamu dan mengembangkan cara untuk meningkatkan produk dan layanan mereka agar tamu merasa puas.

Kata kunci: *Hotel Attributes, Overall Satisfaction, Upscale Hotel*

**THE EFFECT OF HOTEL SATISFACTION ATTRIBUTES ON OVERALL
SATISFACTION IN UPSCALE HOTELS IN BANDUNG CITY**

ABSTRACT

Joenathan Damarmaya Raharjo

1905036

Many studies have been conducted on hotel attributes related to hotel choice decisions as part of pre-purchase behavior. This study aims to measure the effect of satisfaction on hotel attributes on overall satisfaction at upscale hotels in the city of Bandung. This study uses a quantitative approach using multiple linear regression analysis to test the effect of satisfaction on hotel attributes on overall satisfaction. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 140 respondents who had stayed at least one night at an upscale hotel in the city of Bandung. The results showed that the effect of satisfaction on hotel attributes positively affects the overall satisfaction of guests staying at upscale hotels in the city of Bandung that have a high and good percentage value from guests. Furthermore, the dimensions of prompt and courteous service quality, room cleanliness and comfort and value for money get very good responses from guests and have a significant influence on overall satisfaction. Overall, it can be seen that the effect of satisfaction on hotel attributes on overall satisfaction has a strong influence. The implication of this research is that upscale hotels in Bandung City must provide products, quality rooms and facilities and services with international quality standards for upscale hotels so that guests get overall satisfaction. Therefore, it is important for the manager to maintain guest satisfaction as well as know the needs of guests very well and develop ways to improve their products and services so that guests are satisfied.

Keywords: *Hotel Attributes, Overall Satisfaction, Upscale Hotel*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	I
LEMBAR PERNYATAAN	II
KATA PENGANTAR.....	III
ABSTRAK	IV
ABSTRACT	V
DAFTAR ISI.....	VI
DAFTAR TABEL	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Definisi Hotel	11
2.1.2 <i>Hotel Attributes</i>	11
2.1.3 Klasifikasi Hotel dan <i>Upscale Hotel</i>	14
2.1.4 Kepuasan Tamu.....	16
2.1.5 <i>Overall Satisfaction</i>	19
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Hipotesis	25
2.4 Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Objek Penelitian.....	29
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	29
3.3.1 Populasi	29
3.3.2 Sampel.....	30
3.3.3 Teknik Sampling	31
3.4 Jenis Pengumpulan Data.....	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.6 Operasional Variabel	33
3.7 Instrumen Penelitian	36
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	37
3.8.1 Uji Validitas	37
3.8.2 Uji Reliabilitas	40
3.9 Teknik Analisis Data	42

3.9.1	Analisis Deskriptif	42
3.9.2	Analisis Verifikatif.....	44
3.9.2.1	<i>Method of Succesive Intervals</i>	44
3.9.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	45
3.9.2.3	Analisis Regresi Linear Berganda	46
3.10	Pengujian Hipotesis	47
3.10.1	Uji T (Parsial).....	47
3.10.2	Uji F (Simultan).....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1	<i>Upscale Hotel</i> Kota Bandung	49
4.2	Karakteristik Responden.....	49
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia	50
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	51
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	53
4.3	Pengalaman Responden	53
4.3.1	Pengalaman Responden Berdasarkan Hotel yang Dikunjungi.....	53
4.3.2	Pengalaman Responden Berdasarkan Tujuan Menginap.....	54
4.3.3	Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Tamu	54
4.3.4	Pengalaman Responden Berdasarkan Kunjungan Setahun Terakhir 55	
4.3.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menginap Perkedatangan.....	56
4.3.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Reservasi.....	56
4.4	Hasil Analisis Deskriptif.....	57
4.4.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Friendliness of Hotel Staff</i>	57
4.4.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Hotel Facilities and Amenities</i> ..	59
4.4.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>Prompt and Courteous Service Quality</i> 63	
4.4.5	Tanggapan Responden Terhadap <i>Quality of Food</i>	65
4.4.6	Tanggapan Responden Terhadap <i>Room Cleanliness and Comfort</i> . 67	
4.4.7	Tanggapan Responden Terhadap <i>Value for Money</i>	69
4.4.8	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai <i>Hotel Attributes</i>	71
4.4.9	Tanggapan Responden Terhadap <i>Overall Satisfaction</i>	73
4.5	Hasil Analisis Verifikatif	75
4.5.1	Hasil Uji Asumsi Klasik	75
4.5.1.1	Uji Normalitas.....	75
4.5.1.2	Uji Multikolinearitas.....	77
4.5.1.3	Uji Heteroskedastisitas	78
4.5.1.4	Uji Autokorelasi.....	79
4.5.2	Hasil Uji Hipotesis	80
4.5.2.1	Uji T (<i>Parsial</i>)	80
4.5.2.2	Uji F (Simultan)	83
4.5.2.3	Uji Koefisien Determinasi	84
4.5.3	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	85

4.6	Pembahasan	88
4.6.1	<i>Hotel Attributes</i> pada <i>Upscale Hotel</i> di Kota Bandung	88
4.6.2	Pengaruh <i>Hotel Attributes</i> terhadap <i>Overall Satisfaction</i> pada <i>Upscale Hotel</i> di Kota Bandung	89
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI.....		94
5.1	Kesimpulan	94
5.2	Implikasi	95
5.3	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA		98
LAMPIRAN.....		100
Lampiran 1. Surat Keputusan Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi		100
Lampiran 2. Tabulasi Data		103
Lampiran 3. Catatan Bimbingan		109

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkiraan Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kota Bandung Berdasarkan Pintu Masuk	3
Tabel 1. 2 Jumlah Hotel Berbintang Di Kota Bandung Tahun 2018.....	3
Tabel 1. 3 Keluhan Tamu Yang Pernah Menginap.....	4
Tabel 1. 4 Ulasan Tamu Yang Pernah Menginap	5
Tabel 2. 1 Klasifikasi Hotel	14
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. 1 Jenis dan Sumber Data	32
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert.....	33
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variable Penelitian	34
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	51
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	53
Tabel 4. 7 Pengalaman Responden Berdasarkan Hotel yang Dikunjungi	53
Tabel 4. 8 Pengalaman Responden Berdasarkan Tujuan Menginap.....	54
Tabel 4. 9 Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Tamu	55
Tabel 4. 10 Pengalaman Responden Berdasarkan Kunjungan Setahun Terakhir .	55
Tabel 4. 11 Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menginap	56
Tabel 4. 12 Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Reservasi.....	56
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Terhadap <i>Friendliness of Hotel Staff</i>	57
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Terhadap <i>Hotel Facilities and Amenities</i>	59
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Terhadap <i>Hotel Location</i>	62
Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Terhadap <i>Prompt and Courteous Service Quality</i>	63
Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Terhadap <i>Quality of Food</i>	65

Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Terhadap <i>Room Cleanliness and Comfort</i>	67
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Terhadap <i>Value for Money</i>	70
Tabel 4. 20 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai <i>Hotel Attributes</i>	71
Tabel 4. 21 Tanggapan Responden Terhadap <i>Overall Satisfaction</i>	73
Tabel 4. 22 Hasil Uji Normalitas	76
Tabel 4. 23 Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 4. 24 Uji Autokorelasi.....	79
Tabel 4. 25 Hasil Uji T.....	81
Tabel 4. 26 Hasil Uji F.....	83
Tabel 4. 27 Hasil Uji Koefisien Determinasi	84
Tabel 4. 28 Pedoman Koefisien Determinasi.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 3. 1 Persebaran Hotel <i>Upscale</i> di Kota Bandung	29
Gambar 3. 2 Garis Kontinum	43
Gambar 4. 1 Garis Kontinum <i>Friendliness of Hotel Staff</i>	59
Gambar 4. 2 Garis Kontinum Hotel <i>Facilities and Amenities</i>	61
Gambar 4. 3 Garis Kontinum <i>Hotel Location</i>	63
Gambar 4. 4 Garis Kontinum <i>Prompt and Courteous Service Quality</i>	65
Gambar 4. 5 Garis Kontinum <i>Quality of Food</i>	67
Gambar 4. 6 Garis Kontinum <i>Room Cleanliness and Comfort</i>	69
Gambar 4. 7 Garis Kontinum <i>Value for Money</i>	71
Gambar 4. 8 Garis Kontinum <i>Hotel Attributes</i> Responden	73
Gambar 4. 9 Garis Kontinum <i>Overall Satisfaction</i>	75
Gambar 4. 10 Hasil Uji Normalitas P-Plot	77
Gambar 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	79

DAFTAR PUSTAKA

- Albayrak, T., Aksoy, Ş., & Caber, M. (2013). The effect of environmental concern and scepticism on green purchase behaviour. *Marketing Intelligence and Planning*, 31(1), 27–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/02634501311292902>
- Davras, Ö., & Caber, M. (2019). Analysis of hotel services by their symmetric and asymmetric effects on overall customer satisfaction: A comparison of market segments. *International Journal of Hospitality Management*, 81(February), 83–93. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.03.003>
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings. *Journal of Marketing*, 60(4), 7–18.
- Galati, F., & Galati, R. (2019). Cross-country analysis of perception and emphasis of hotel attributes. *Tourism Management*, 74(February), 24–42. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.02.011>
- Gaspersz, V. (2011). *Total Quality Management (TQM), Untuk Praktisi Bisnis dan Industri*. (Cetakan Ke). Jakarta: Vinchristo Publication.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Delapan). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guilford, J. P. (1956). *Fundamental Statistics in Psychology and Education*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Hananto, A. (2015). Application of Text Mining to Extract Hotel Attributes and Construct Perceptual Map of Five Star Hotels from Online Review: Study of Jakarta and Singapore Five-Star Hotels. *ASEAN Marketing Journal*, 7 (2).
- Hill, N., Roche, G., & Allen, R. (2007). Customer Satisfaction: The Customer Experience Through The Customer's Eyes. *London: Cogent Publishing Ltd*.
- Jang, S., Liu, T., Kang, J. H., & Yang, H. (2018). Understanding important hotel attributes from the consumer perspective over time. *Australasian Marketing Journal*, 26(1), 23–30. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2018.02.001>
- Kaplan, R. M., & Saccuzzo, D. P. (1993). *Reabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Harlow: Pearson Education.
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Salemba Em). Jakarta.
- Maric, D., Marinkovic, V., Maric, R., & Dimitrovski, D. (2016). Analysis of tangible and intangible hotel service quality components. *Industrija*, 44(1), 7–25. <https://doi.org/10.5937/industrija1-8437>
- Masiero, L., Yoonjoung Heo, C., & Pan, B. (2015). Determining guests' willingness to pay for hotel room attributes with a discrete choice model. *International Journal of Hospitality Management*, 49, 117–124. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.06.001>
- Nazri, M., Raji, A., & Zainal, A. (2016). *The effect of customer perceived value on customer satisfaction : A case study of Malay upscale restaurants*. 3 (3), 58–68.

Joenathan Damarmaya Raharjo, 2023

PENGARUH KEPUASAN HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP OVERALL SATISFACTION PADA UPSCALE HOTEL DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Qu, H., Ryan, B., & Chu, R. (2000). The importance of hotel attributes in contributing to travelers' satisfaction in the Hong Kong hotel industry. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 1(3), 65–83. https://doi.org/10.1300/J162v01n03_04
- Ran, M., & Ph, K. (2013). *The Relationship between Leisure Traveler 's Hotel Attribute Satisfaction and Overall Satisfaction The Relationship between Leisure Traveler 's Hotel Attribute Satisfaction*. 31(1).
- Rhee, H. T., & Yang, S.-B. (2015). Does hotel attribute importance differ by hotel? Focusing on hotel starclassifications and customers' overall ratings. *Computers in Human Behavior*, 50, 576–587.
- Ridwan, M., & Palupiningdyah. (2014). Pengaruh Nilai Emosional, Nilai Sosial Dan Nilai Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 3(1), 1–6.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (Edisi 6, B). Jakarta Selatan 12610.
- Spreng, R. A., Mackenzie, S. B., & Olshavsky, R. W. (1996). A Reexamination of The Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing*, 60, 15–32.
- Stylos, N., Vassiliadis, C. A., Bellou, V., & Andronikidis, A. (2016). Destination images, holistic images and personal normative beliefs: Predictors of intention to revisit a destination. *Tourism Management*, 53, 40–60. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.006>
- Sugiati, T., Thoyib, A., Hadiwidjoyo, D., & Setiawan, M. (2013). The Role of Customer Value on Satisfaction and Loyalty (Study on Hypermart's Customers). *International Journal of Business and Management Invention*, 2 (6), 65–70.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2012). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Trisliantanto, & Agung. (2020). *Metodologi Penelitian Panduan Lengkap Penelitian Dengan Mudah* (Ed. 1). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wiastuti, R. D., & Kurnia, J. R. (2021). Atribut Luxury Hotel Di Jakarta Berdasarkan Ulasan Digital Pada Tripadvisor. *Pringgitan*, 2(01). <https://doi.org/10.47256/pringgitan.v2i01.161>
- Wuest, B. E. S., Tas, R. F., & Emenheiser, D. A. (1996). What do mature travelers perceive as important hotel/motel customer services? *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 20(2), 77–93. <https://doi.org/10.1177/109634809602000206>
- Xue, X. H., & Cox, C. (2008). Hotel selection criteria and satisfaction levels of the chinese business traveler. *Journal of China Tourism Research*, 4(3–4), 261–281. <https://doi.org/10.1080/19388160802502454>
- Zhang, Z., Ye, Q., & Law, R. (2011). Determinants of hotel room price: An exploration of travelers' hierarchy of accommodation needs. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(7), 972–981. <https://doi.org/10.1108/09596111111167551>

Joenathan Damarmaya Raharjo, 2023

PENGARUH KEPUASAN HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP OVERALL SATISFACTION PADA UPSCALE HOTEL DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu