

**PENGARUH *CUSTOMER PERCEPTION* DAN ATRIBUT HOTEL KAPSUL  
TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI BOBOBOX KOTA BANDUNG  
(Survei Terhadap Tamu yang Menginap di Hotel Bobobox Kota Bandung)**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Pariwisata  
Program Studi Manajemen Resort and Leisure*



**Oleh:  
Rino Sugiyanto  
1603928**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG  
2023**

**LEMBAR HAK CIPTA**

**PENGARUH *CUSTOMER PERCEPTION* DAN ATRIBUT HOTEL KAPSUL  
TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI BOBOBOX KOTA BANDUNG**

(Survei Terhadap Tamu yang Menginap di Hotel Bobobox Kota Bandung)

**Oleh:**

**Rino Sugiyanto**

**1603928**

Sebuah Skripsi yang diajukan untuk memenuhi sebagian Syarat memperoleh Gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Resort and Leisure Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia

© Rino Sugiyanto, 2023

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2023

Hak cipta dilindungi Undang – Undang, skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, difoto kopi atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *CUSTOMER PERCEPTION* DAN ATRIBUT HOTEL KAPSUL  
TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI BOBOBOX KOTA BANDUNG**

(Survei Terhadap Tamu yang Menginap di Hotel Bobobox Kota Bandung)

**Disetujui dan disahkan oleh pembimbing,  
Pembimbing I**

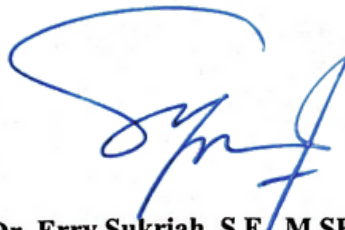


**Dr. AH. Galihkusumah, S/ST., Par., MM.**

**NIP.19810522 201012 1 006**

**Mengetahui,**

**Ketua Program Studi Manajemen Resort and Leisure**



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

**NIP.19791215 200812 2 002**

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang memiliki judul “**Pengaruh *Customer Perception* dan Atribut Hotel Kapsul Terhadap Keputusan Menginap di Bobobox Kota Bandung**” (survei terhadap tamu yang menginap di hotel bobobox kota bandung) merupakan hasil karya saya sendiri beserta seluruh isinya. Saya selaku penulis karya ini tidak akan saya lakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dan ditentukan oleh etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. atas pernyataan tersebut saya bersedia menghadapi konsekuensi jika suatu saat nanti terbukti bahwa ada pelanggaran etika keilmuan oleh pihak lain terhadap orisinalitas karya ini.

Bandung, Agustus 2023

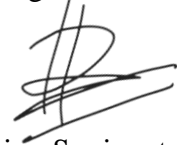


Rifo Sugiyanto

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama, penulis ingin mengungkapkan rasa puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat-Nya, berkah dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul judul **“Pengaruh *Customer Perception* dan Atribut Hotel Kapsul Terhadap Keputusan Menginap di Bobobox Kota Bandung”** (survei terhadap tamu yang menginap di hotel bobobox kota bandung). Dengan tujuan penelitian untuk mengetahui Gambaran mengenai *customer perception* dan *hotel attribute* terhadap *purchase decision* di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung. Dalam hal ini penulis menyadari bahwa kesempurnaan hanya milik ALLAH SWT tidak ada daya dan upaya yang dapat menandingi kesempurnaannya termasuk skripsi ini. Dengan berbagai kekurangan yang ada pada skripsi ini. Penulis mengharapkan agar para pembaca dapat memberikan masukan dan kritik yang konstruktif. Penulis pun berharap dapat memberikan sumbangan karya ilmiah mengenai *customer perception* dan *hotel attribute* serta *purchase decision* yang sesuai dengan apa yang telah penulis teliti.

Bandung, 20 Agustus 2023



Rino Sugiyanto

## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari beberapa pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah banyak membantu saya dan mendukung untuk menyelesaikan skripsi ini. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya mampu kuat dan menyelesaikan penelitian ini.
2. Kedua orang tua kandung saya Bapak Supina dan Ibu Lilis Nuraeni yang telah membesarkan saya serta memberikan segala dukungannya. Kedua kakak perempuan, Marina Lisnawati dan Rini Nurfitriani serta adik laki laki saya Reno Sugiarto atas dukungan untuk menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak Prof. Dr. M. Solehuddin M.Pd., M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Bapak, Dr. Erry Sukriah M.SE selaku Ketua Prodi Manajemen Resort dan Leisure yang memberikan dukungannya untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. AH Galih Kusumah, MM, CHE. selaku dosen pembimbing yang meluangkan tenaga, waktu dan pemikirannya yang sabar dalam membimbing saya di tengah kesibukannya. Terima kasih atas dukungan serta sarannya. Terima kasih untuk ilmu dan inspirasinya.
6. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Resort dan Leisure yang telah membantu dalam segala urusan selama masa perkuliahan.
7. Pihak Bobobox, yang telah memberikan izin untuk penelitian dan informasinya.
8. Fitria Nur Anggraeni, Fashelna Fauqa, Intan Permata sari, Alya Fitriani, Widy Maharani, Ayu Debora Permatasari dan teman-teman lainnya MRL 2016 yang telah memberi semangat dan dukungannya.
9. Rekan kerja saya ketika OJT di Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel terutama di Front Office Department selalu mendukung serta memberi semangat dalam proses penyelesaian penelitian ini.
10. Rekan kerja saya di Crowne Plaza Bandung terutama di Front Office Department selalu mendukung serta memberi semangat dalam proses penyelesaian penelitian ini.

11. Berlian Ratu Mega Silvia atas saran serta semangat kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Esti, Helmina, Hamzah, Geri dan teman MPP 2016 lainnya atas dukungan dalam proses penyelesaian penelitian ini sampai skripsi penulis dapat diselesaikan.
13. Ni Made Okina yang selalu memberikan dukungannya dalam penyelesaian penelitian ini.
14. Kepada saya sendiri Rino Sugiyanto yang mampu menyelesaikan penelitian skripsi.
15. Semua pihak yang tidak dalam disebutkan satu persatu.

Terakhir, penulis ingin menyampaikan terima kasih atas dukungan sepenuhnya, serta pesan dan pengalaman berharga dalam perjalanan belajar hidup dari semua pihak. Bagi saya, hal ini memiliki makna yang sangat penting dan telah membantu selama perjalanan studi hingga penelitian ini. Penulis berharap agar Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan rahmat-Nya atas segala kebaikan yang telah dilakukan.

Bandung, 30 Agustus 2023



Rino Sugiyanto

## ABSTRAK

Rino Sugiyanto (1603928), “**Pengaruh *Customer Perception* dan Atribut Hotel Kapsul Terhadap Keputusan Menginap di Bobobox Kota Bandung**” (survei terhadap tamu yang akan menginap di hotel bobobox kota bandung) di bawah bimbingan Dr. AH. Galihkusumah, S.ST., Par., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Gambaran *customer perception* dan *hotel attribute* serta bagaimana gambaran *purchase decision*. Hubungan antara variable *customer perception* dan *hotel attribute* terhadap *purchase decision* menjadi salah satu tujuan penelitian ini. Objek pada penelitian kali ini yaitu Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung dan jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dan verifikastid serta untuk metode yang digunakan adalah *explonary survey*. Sampel yang digunakan untuk kebutuhan peneltian yaitu sebenayak 97 responden yang akan menginap atau berkunjung di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung. Untuk membantu dalam melakukan pengolahan data penuli menggunakan bantuan aplikasi SPSS 25 for windows. Berdasarkan pengujian diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara *customer perception* dan *hotel attribute* terhadap *purchase decision*. Secara parsial terdapat juga pengaruh antara variable *customer perception* dan *hotel attribute* terhadap *purchase decision*.

Kata kunci: *Customer Perception*, *Hotel Attribute*, dan *Purchase Decision*.



## **ABSTRACT**

*Rino Sugiyanto (1603928), "The Influence of Guest Perceptions and Capsule Hotel Attributes on Decisions to Stay at Bobobox Bandung City" (survey of guests who stay at bobobox hotels in Bandung city) under the guidance of Dr. AH. Galihkusumah, S.ST., Par., MM.*

*This study aims to describe the customer perception and hotel attributes and how to describe the purchase decision. The relationship between customer perception variables and hotel attributes on purchase decisions is one of the objectives of this study. The object of this research is the Bobobox Capsule Hotel in Bandung City and the type of research used is descriptive and verification and the method used is an exploratory survey. The sample used for research needs is a total of 97 respondents who will stay or visit the Bobobox Capsule Hotel in Bandung. To assist in proces the author's data using the help of the SPSS 25 for windows application. Based on the test, the results show that there is a simultaneous influence between customer perception and hotel attributes on purchase decisions. Partially, there is also an influence between the customer perception variable and the hotel attribute on the purchase decision.*

*Keywords: Customer Perception, Hotel Attribute, dan Purchase Decision.*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR HAK CIPTA</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	5
2.1 Kajian Pustaka .....	5
2.1.1 Konsep <i>Purchase Decision</i> bagian dari <i>Customer Behaviour</i> .....	5
2.1.2 Dimensi <i>Purchase Decision</i> .....	6
2.2 Konsep <i>Customer Perception</i> .....	7
2.2.1 Konsep <i>Customer Perception</i> dalam <i>Customer Behaviour</i> .....	7
2.2.2 Dimensi <i>Customer Perception</i> .....	13
2.3 Konsep Atribut Hotel .....	13
2.3.1 Konsep Atribut Hotel dalam <i>Customer Behaviour</i> .....	13
2.3.2 Dimensi Atribut Hotel .....	16
2.4 Orientasi Penelitian .....	16
2.5 Kerangka Penelitian .....	18
2.6 Hipotesis .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	22
3.1 Objek Penelitian .....	22
3.2 Metode Penelitian .....	22

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	23
3.3.1 Populasi .....	23
3.3.2 Sampel.....	23
3.4 Operasional Variabel .....	24
3.5 Jenis dan Sumber data serta Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.5.1 Jenis dan Sumber Data .....	26
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	30
3.6.1 Hasil Pengujian Validitas .....	30
3.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	33
3.2.7 Anaisis Data .....	35
<b>BAB IV .....</b>	<b>45</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
4.1 Profil Perusahaan .....	45
4.1.1 Lokasi Penelitian .....	45
4.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan .....	45
4.1.3 Produk dan jasa yang ditawarkan.....	46
4.2 Profil Responden Bobobox Hotel .....	46
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin .....	47
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan .....	47
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah dan Frekuensi Kunjungan .....	48
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Rekan Berkunjung dan Sumber Informasi .....	49
4.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Perception</i> dan <i>Hotel Attribute</i> di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung .....	50
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Perception</i> ( $X_1$ ) .....	50
4.3.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Hotel Attribute</i> ( $X_2$ ) .....	51
4.3.3 Rekapitulasi Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Perception</i> dan <i>Hotel Attribute</i> di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung.....	52
4.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Decision</i> di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung .....	54
4.4.1 Hasil Analisis Deskriptif <i>Purchase Decision</i> ( $Y$ ) .....	54
4.4.2 Rekapitulasi Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase Decision</i> di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung.....	55
4.5 Pengujian Hipotesis .....	57

4.5.1 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas .....	57
4.5.2 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas .....	58
4.5.3 Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas.....	58
4.5.4 Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi.....	59
4.5.5 Hasil Pengujian Asumsi Linearitas .....	59
4.5.6 Hasil Pengujian Korelasi Dan Determinasi.....	60
4.5.7 Pengujian Hipotesis Melalui Uji Signifikasi Secara Simultan (Uji F).....	61
4.5.8 Pengujian Hipotesis Melalui Uji Signifikasi Secara Parsial (Uji T) .....	62
4.5.9 Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>Customer Perception</i> dan <i>Hotel Attribute</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	63
4.6 Pembahasan Penelitian.....	63
4.6.1 Pengaruh <i>Customer Perception</i> dan <i>Hotel Attribute</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> di Hotel Kapsul Bobobox Kota Bandung .....	63
4.7 Implikasi Hasil Temuan Penelitian .....	64
4.7.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik .....	64
4.7.2 Temuan Penelitian Bersifat Empiric .....	65
<b>BAB V .....</b>	<b>66</b>
<b>KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>66</b>
5.1 Kesimpulan .....	66
5.2 Rekomendasi.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
<b>KUISIONER .....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR TABEL

TABEL 1. 1 TABEL 1.1 JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE KOTA BANDUNG TAHUN 2018-2021 .....	1
TABEL 1. 2 JUMLAH HOTEL KAPSUL DI KOTA BANDUNG .....	2
TABEL 2. 1 PENELITIAN TERDAHULU .....	16
TABEL 3. 1 OPERASIONAL VARIABEL .....	24
TABEL 3. 2 JENIS DAN SUMBER DATA.....	27
TABEL 3. 3 TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....	29
TABEL 3. 4 HASIL PENGUJIAN VALIDITAS <i>CUSTOMER PERCEPTION</i> DAN <i>HOTEL ATTRIBUTE</i> SERTA <i>PURCHASE DECISION</i> .....	31
TABEL 3. 5 HASILPENGUJIAN RELIABILITAS <i>CUSTOMER PERCEPTION</i> DAN <i>HOTEL ATTRIBUTE</i> SERTA <i>PURCHASE DECISION</i> .....	34
TABEL 3. 6 ALTERNATIF JAWABAN MENURUT SKALA LIKERT.....	36
TABEL 3. 7 INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI .....	40
TABEL 4. 1 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA DAN JENIS KELAMIN.....	47
TABEL 4. 2 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN DAN PENGHASILAN .....	47
TABEL 4. 3 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN ASAL DAERAH DAN FREKUENSI KUNJUNGAN .....	48
TABEL 4. 4 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN REKAN BERKUNJUNG DAN SUMBER INFORMASI .....	49
TABEL 4. 5 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP <i>CUSTOMER PERCEPTION</i> DI HOTEL KAPSUL BOBOBOX KOTA BANDUNG.....	50
TABEL 4. 6 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP HOTEL ATTRIBUTE DI HOTEL KAPSUL BOBOBOX KOTA BANDUNG .....	51

TABEL 4. 7 REKAPITULASI HASIL ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL CUSTOMER PERCEPTION DAN HOTEL ATTRIBUTE DI HOTEL KAPSUL BOBOBOX KOTA BANDUNG .....	52
TABEL 4. 8 TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PURCHASE DECISION DI HOTEL KAPSUL BOBOBOX KOTA BANDUNG.....	54
TABEL 4. 9 REKAPITULASI HASIL ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL CUSTPURCHASE DECISION DI HOTEL KAPSUL BOBOBOX KOTA BANDUNG .....	55
TABEL 4. 10 HASIL PENGUJIAN ASUMSI NORMLAITAS MENGGUNAKAN KOLMOGROV-SMIRNOV .....	57
TABEL 4. 11 HASIL PENGUJIAN ASUMSI HETEROSKEDASTISITAS .....	58
TABEL 4. 12 HASIL PENGUJIAN ASUMSI MULTIKOLINEARITAS .....	58
TABEL 4. 13 HASIL PENGUJIAN ASUMSI AUTOKORELASI .....	59
TABEL 4. 14 HASIL PENGUJIAN ASUMSI LINEARITAS.....	60
TABEL 4. 15 HASIL PENGUJIAN KOEFISIEN KORELASI DAN DTERMINASI <i>CUSTOMER PERCEPTION</i> DAN <i>HOTEL ATTRIBUTE</i> TERHADAP <i>PURCHASE DECISION</i> .....	61
TABEL 4. 16 HASIL UJI SECARA SIMULTASN (UJI F) .....	61
TABEL 4. 17 HASIL UJI PARSIAL (UJI T) .....	62

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2. 1 MODEL OF <i>CUSTOMER BEHAVIOUR</i> .....	6
GAMBAR 2. 2 KERANGKA PEMIKIRAN <i>CUSTOMER PERCEPTION</i> DAN <i>HOTEL ATTRIBUTE</i> TERHADAP <i>PURCHASE DECISION</i> .....	19
GAMBAR 2. 3 PARADIGMA PENELITIAN <i>CUSTOMER PERCEPTION</i> DAN <i>HOTEL ATTRIBUTE</i> TERHADAP <i>PURCHASE DECISION</i> .....	20
GAMBAR 3. 1 REGRESI LINIER BERGANDA.....	43
GAMBAR 4. 1 LOGO BOBOBOX.....	45
GAMBAR 4. 2 VARIABEL <i>CUSTOMER PERCEPTION</i> DAN <i>HOTEL ATTRIBUTE</i> PADA GARIS KONTINUM .....	53
GAMBAR 4. 3 VARIABEL <i>PURCHASE DECISION</i> PADA GARIS KONTINUM .	57

## DAFTAR PUSTAKA

- Amornpornwiwat, N., & Kapasuwan, S. (2018). Tourists' Perceptions Of And Intentions-To-Stay At A Capsule Hotel In Bangkok. *Contemporary Challenges Of Climate Change, Sustainable Tourism Consumption, And Destination Competitiveness*, 79-99.
- Bell, D. (2001). *An Introduction To Cyberculture*. London: Rottetge.
- Bobobox.Co.Id. (2022, May 16). *Akomodasi Sempurna Untuk Perjalanan Sempurna*. Diambil Kembali Dari Bobobox: [Https://Bobobox.Co.Id/About](https://Bobobox.Co.Id/About)
- Chiang, C.-F. (2018). Influences Of Price, Service Convenience, And Social Servicescape On Post-Purchase Process Of Capsule Hotels. *Asia Pacific Journal Of Tourism Research*, 2.
- Dahlan, Sopiudin (2018). *Regresi Linear: Disertai Praktik dengan SPSS*. Jakarta: Epidemiologi Indonesia)
- Dakir. (1997).
- Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Bandung. (2016). *Laporan Akhir Kajian Perencanaan Strategis Pengembangan Objek Dan Daya Tarik Wisata Di Kampung Pasir Kunci Kecamatan Ujung Berung*. Retrieved From [Https://Www.Academia.Edu/23253291/Laporan\\_Akhir\\_Kajian\\_Perencanaan\\_Strategis\\_Pengembangan\\_Objek\\_Dan\\_Daya\\_Tarik\\_Wisata\\_Di\\_Kampung\\_Pasir\\_Kunci](https://Www.Academia.Edu/23253291/Laporan_Akhir_Kajian_Perencanaan_Strategis_Pengembangan_Objek_Dan_Daya_Tarik_Wisata_Di_Kampung_Pasir_Kunci)
- Fajri, D. D., & Damanik, J. (2020). Preferensi Wisatawan Nusantara Memilih Hotel Berbintang Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14 No. 2, 14.
- Fentri, D. M. (2017). Persepsi Pengunjung Terhadap Daya Tarik Taman Wisata Alam Hutan Rimbo Tujuh Danau Di Desa Wisata Buluh Cina Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Riau. *Jom Fisip Vol. 4 No. 2*, 4.
- Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. (2020, Juli). *Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, Dan Kelestarian Lingkungan Di Hotel*. Diambil Kembali Dari Chse Kemenparekraf: [Https://Chse.Kemenparekraf.Go.Id/Storage/App/Media/Dokumen/Pedoman\\_Hotel.Pdf](https://Chse.Kemenparekraf.Go.Id/Storage/App/Media/Dokumen/Pedoman_Hotel.Pdf)



- Kliknusae.Com. (2019, July 20). Diambil Kembali Dari Nusantara Explorer:  
<https://kliknusae.com/2019/07/data-pemkot-bandung-jumlah-hotel-488traveloka-sebut-2-800/>
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management (14th Ed.)*. Nj: Prentice Hall: Upper Saddle River.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Kotler & Armstrong, Principles Of Marketing / Pearson. Pearson.*
- Malhorta, N. K., & Birks, D. F. (2006). *An Applied Approach Updated*. Retrieved From [www.pearson.com/uk](http://www.pearson.com/uk)
- Riduwan & Akdon. (2005). *Rumus Dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Santosa, D. A. (2020, January 21). *Unwto: 2020 Kunjungan Wisatawan Global Meningkat 4%*. Diambil Kembali Dari [www.beritasatu.com](http://www.beritasatu.com):  
<https://www.beritasatu.com/dunia/596366/unwto-2020-kunjungan-wisatawan-global-meningkat-4>
- Sobur, A. (2003). *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Subakti, A. G. (2016, August 1). *Jenis Hotel Dan Konsep Unik Hotel*. Diambil Kembali Dari Binus University Hospitality Article: <https://hotel-management.binus.ac.id/2016/08/01/jenis-hotel-dan-konsep-unik-hotel/>
- Sugihartono, D. (2007). *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Uny Press.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Walgito, B. (2003). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widiarsani, N. M., Sulistyawati, A. S., & Aryanti, N. S. (2018). Identifikasi Dan Persepsi Wisatawan Terhadap Capsule Hotel Di Kuta Bali. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas Universitas Udayana*, 2, 166.
- Yakup, A. P. (2019). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. 1.