

**PENGARUH KUALITAS *SERVICESC*APPE TERHADAP *BEHAVIORAL*
INTENTION MELALUI KEPUASAN TAMU *CAPSULE* HOTEL
DI KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:
Shilvi Novianti
2003931

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

2024

PENGARUH KUALITAS *SERVICESC* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI KEPUASAN TAMU *CAPSULE HOTEL* DI KOTA BANDUNG

Oleh
Shilvi Novianti
2003931

Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Shilvi Novianti
Universitas Pendidikan Indonesia
Juli 2023

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, difotocopi atau cara lainnya tanpa izin penulis

LEMBAR PENGESAHAN

SHILVI NOVIANTI

2003931

**PENGARUH KUALITAS *SERVICESC*APPE TERHADAP *BEHAVIORAL*
INTENTION MELALUI KEPUASAN TAMU *CAPSULE* HOTEL
DI KOTA BANDUNG**

Disetujui dan Disahkan oleh:

Pembimbing I



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

NIP. 197912152008122002

Pembimbing II



Gilang Nur Rahman, S.Psi., M.Si

NIP. 920200819880724101

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



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

NIP. 19791215200812200

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas *Servicescape* Terhadap *Behavioral Intention* Melalui Kepuasan Tamu *Capsule 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/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juli 2024
Yang membuat pernyataan,

Shilvi Novianti
2003931

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan ucapan syukur kepada Allah SWT, karena dengan berkat ridho dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini dan selama menempuh masa perkuliahan ini. Penulis memperoleh banyak bantuan, bimbingan, dukungan, semangat dan motivasi dari berbagai pihak. Dengan itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada kedua orang tua penulis, yaitu Ibu Ipah Saripah, Bapak Yana Sutiana, dan Adik Amel Amalia yang telah memberikan doa dan dukungan penuh kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE. selaku ketua program studi Manajemen Resort & Leisure, Dosen Pembimbing Skripsi I dan Dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan arahan, saran, dan bimbingan kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
3. Bapak Gilang Nur Rahman, S.Psi., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi II, atas arahan, saran dan bimbingannya kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
4. Seluruh dosen Manajemen Resort & Leisure atas semua ilmu, pembelajaran, pengalaman, dan bantuan yang telah diberikan selama menempuh perkuliahan ini.
5. Qurrota'ayun, Astri Irva, Salsa Nur'anisa, dan Yusrina Bilqis yang selalu memberikan bantuan, dukungan, semangat, dan motivasi kepada penulis selama proses menyelesaikan skripsi dan perkuliahan.
6. Tria Agustin dan Banyu Alam Purnama yang selalu memberikan dukungan dan doa serta menjadi teman cerita penulis selama masa perkuliahan dari awal hingga saat ini.
7. Ka Tri Nevia dan Ka Romi Romansyah yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis.
8. Teman-Teman MRL 2020 selaku teman seperjuangan selama masa perkuliahan.

9. Seluruh responden yang telah sukarela berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini.
10. Seluruh pihak lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu atas dukungan dan bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Diri saya sendiri, yang telah berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan segala rintangan yang akhirnya bisa dihadapi hingga akhir. Terima kasih karena tetap bertahan dan semangat sampai saat ini.

Ucapan terima kasih ini sebagai rasa syukur kepada Allah SWT penulis karena dikelilingi oleh orang-orang baik. Terima kasih kepada semua pihak baik yang disebutkan maupun tidak. Semoga Allah SWT membalas seluruh kebaikan yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS *SERVICESCAPE* TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTION* MELALUI KEPUASAN TAMU *CAPSULE HOTEL* DI KOTA BANDUNG

Shilvi Novianti

2003931

Capsule hotel merupakan salah satu alternatif akomodasi bagi wisatawan. Namun, terdapat hal yang perlu diperhatikan yaitu ukuran hotel yang minimalis sehingga dapat menimbulkan kecemasan sehingga perlu untuk memberikan kenyamanan pada tamu. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh langsung kualitas *servicescape* terhadap *behavioral intention* dan pengaruh tidak langsung kualitas *servicescape* terhadap *behavioral intention* melalui kepuasan tamu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*) sebagai teknik analisis data. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 155 responden yang pernah menginap di *capsule* hotel yang ada di Kota Bandung. Hasil temuan dari penelitian ini adalah (1) Kualitas *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap *behavioral intention*, (2) kualitas *servicescape* berpengaruh tidak langsung secara positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* melalui kepuasan tamu, dan (3) Pengaruh kualitas *servicescape* secara tidak langsung terhadap *behavioral intention* lebih signifikan daripada pengaruh langsung kualitas *servicescape* terhadap *behavioral intention*.

Kata Kunci: *Servicescape, Behavioral Intention, Kepuasan Tamu, Capsule Hotel*

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF SERVICESCAPE QUALITY ON BEHAVIORAL
INTENTION THROUGH GUEST SATISFACTION AT CAPSULE HOTELS
IN BANDUNG CITY**

Shilvi Novianti

2003931

Capsule hotels represent an alternative accommodation option for tourists. However, the minimalistic design of these hotels can potentially cause anxiety among guests, thus necessitating efforts to ensure their comfort. This study aims to examine the direct impact of servicescape quality on behavioral intention and the indirect impact of servicescape quality on behavioral intention through guest satisfaction. A quantitative approach was employed, utilizing descriptive analysis and path analysis as the data analysis techniques. The sample size for this study comprised 155 respondents who had previously stayed at capsule hotels in Bandung. The findings of this study indicate that: (1) servicescape quality has a positive and significant direct effect on behavioral intention, (2) servicescape quality has a positive and significant indirect effect on behavioral intention through guest satisfaction, and (3) the indirect effect of servicescape quality on behavioral intention is more significant than the direct effect.

Key words: *Servicescape, Behavioral Intention, Guest Satisfaction, Capsule Hotel*

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Pernyataan Orisinalitas	ii
Ucapan Terima Kasih	iii
Abstrak	v
<i>Abstract</i>	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran	xiii
Bab Pendahuluan I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
Bab II Kajian Pustaka	8
2.1 Sarana Akomodasi dalam Pariwisata	8
2.2 <i>Servicescape</i> Sebagai Produk Dalam Sarana Akomodasi.....	8
2.2.1 Konsep <i>Servicescape</i>	8
2.2.2 Dimensi <i>Servicescape</i>	9
2.3 <i>Behavioral Intention</i> Dalam <i>Theory of Planned Behavior</i>	10
2.3.1 Konsep <i>Behavioral Intention</i>	10
2.3.2 Dimensi <i>Behavioral Intention</i>	11
2.4 Kepuasan Tamu	12
2.4.1 Konsep Kepuasan	12
2.4.2 Dimensi Kepuasan Tamu.....	13
2.5 Penelitian Terdahulu	14
2.6 Kerangka Berpikir	19
2.7 Hipotesis Penelitian.....	20
Bab III Metode Penelitian	21

3.1 Desain Penelitian.....	21
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	21
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	22
3.3.1 Populasi	22
3.3.2 Sampel	22
3.4 Jenis dan Sumber Data	23
3.5 Metode Pengumpulan Data	24
3.6 Variabel Penelitian.....	25
3.7 Operasional Variabel	25
3.8 Instrumen Penelitian	27
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	28
3.9.1 Uji Validitas.....	28
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.10 Teknik Analisis Data	31
3.10.1 Analisis Deskriptif.....	31
3.10.2 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	33
Bab IV Hasil dan Pembahasan.....	38
4.1 Gambaran Umum	38
4.2 Analisis Hasil Penelitian	45
4.2.1 Karakteristik Responden.....	45
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	46
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir	47
4.2.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.2.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	48
4.2.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Menginap..	49
4.2.1.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Capsule Hotel Pilihan .	49
4.2.1.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendamping Menginap	50
4.2.1.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menginap	51
4.2.1.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menginap	51
4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif.....	52

4.2.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas <i>Servicescape</i>	52
4.2.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Tamu	55
4.2.2.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>Behavioral Intention</i>	57
4.2.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	59
4.2.3.1	Hasil Uji Normalitas	60
4.2.3.2	Hasil Uji Multikolinearitas	60
4.2.3.3	Hasil Uji Heterokedastisitas	61
4.2.4	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	61
4.2.5	Hasil Uji Hipotesis	62
4.2.5.1	Uji Parsial (Uji T)	62
4.2.5.2	Uji Simultan (Uji F).....	64
4.2.6	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	65
4.2.7	Perhitungan Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	66
4.2.7.1	Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)	67
4.2.7.2	Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>).....	67
4.2.7.3	Pengaruh Total	67
4.2.8	Uji Sobel	68
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	69
4.3.1	Pengaruh Kualitas <i>Servicescape</i> Terhadap Kepuasan Tamu <i>Capsule</i> Hotel di Kota Bandung.....	69
4.3.2	Pengaruh Kepuasan Tamu Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Tamu <i>Capsule</i> Hotel di Kota Bandung.....	70
4.3.3	Pengaruh Kualitas <i>Servicescape</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Tamu <i>Capsule</i> Hotel di Kota Bandung.....	70
4.3.4	Pengaruh Kualitas <i>Servicescape</i> Terhadap <i>Behavioral Intention</i> Melalui Kepuasan Tamu <i>Capsule</i> Hotel di Kota Bandung.....	71
Bab V	Kesimpulan dan Saran	74
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran.....	75
	Daftar Pustaka	77
	Lampiran	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Hotel Bintang dan Non Bintang di Kota Bandung	1
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Objek Penelitian	21
Tabel 3. 2 Jenis dan Sumber Data	23
Tabel 3.3 Operasional Variabel	25
Tabel 3.4 Skala Likert	28
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas	29
Tabel 3.6 Hasil Uji Realiabilitas	31
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Servicescape.....	52
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Tamu	55
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Behavioral Intention.....	57
Tabel 4.4 Alasan Tamu Berminat Untuk Melakukan Kunjungan Ulang.....	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Heterokedastisitas	61
Tabel 4.8 Hasil Uji T Persamaan I	62
Tabel 4.9 Hasil Uji T Persamaan II	63
Tabel 4.10 Hasil Uji F	64
Tabel 4.11 Uji R Square Persamaan I.....	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji R Square Persamaan II.....	66
Tabel 4.13 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Jumlah Capsule Hotel di Kota Bandung.....	2
Gambar 1.2 Persentase Ulasan Capsule Hotel Di Kota Bandung	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	19
Gambar 3.4 Garis Kontinum	32
Gambar 3.5 Model Analisis Jalur	34
Gambar 4.1 Bobopod Single Pod.....	39
Gambar 4.2 Bobopod Double Pob	39
Gambar 4.3 Shakti Capsule Hotel Bandung	40
Gambar 4.4 Kamar Shakti Capsule Bandung	40
Gambar 4.5 Tipe Capsule Room	41
Gambar 4.6 Tipe Compact Room	41
Gambar 4.7 Kamar Capsule Hotel My Pod Room.....	42
Gambar 4.8 Kamar Tokyo Cubo	42
Gambar 4.9 Kamar Inap at Capsule	43
Gambar 4.10 Kamar Buton Backpacker Lodge	43
Gambar 4.11 Nindya Biodistrict Hotel Tipe Capsule.....	44
Gambar 4.12 Nindya Biodistrict Hotel Tipe Cabin.....	44
Gambar 4.13 Kamar Capbo Capsule.....	45
Gambar 4.14 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Gambar 4.15 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	46
Gambar 4.16 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Gambar 4.17 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	47
Gambar 4.18 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Gambar 4.19 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	48
Gambar 4.20 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan Menginap	49
Gambar 4.21 Karakteristik Responden Berdasarkan Capsule Hotel Pilihan	49
Gambar 4.22 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendamping	50
Gambar 4.23 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menginap	51
Gambar 4.24 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menginap.....	51
Gambar 4.25 Garis Kontinum Variabel Kualitas Servicescape	54

Gambar 4.26 Garis Kontinum Variabel Kepuasan Tamu	56
Gambar 4.27 Garis Kontinum Variabel Behavioral Intention.....	58
Gambar 4.28 Model Perhitungan Analisis Jalur	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	85
Lampiran 2. Penyebaran Kuesioner	89
Lampiran 3. Tabulasi Data	98

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyanto, H., Subakti, A. G., & Kunci, K. (2023). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Restoran Casa de Peri, Jakarta Selatan). *Jithor*, 6(1), 51–60. <http://ejournal.upi.edu/index.php/>
- Agustinawati, A., & Samsidar, S. (2021). Analisis Tingkat Kepuasan Wisatawan Pada Destinasi Pariwisata Kota Lhokseumawe. ... : *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 04(01), 11–17. <https://ojs.unimal.ac.id/na/article/view/4921>
- Ainun, A. M., & Setiawardani, M. (2019). Servicescape dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Konsumen Eduplex Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 5(2), 21. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v5i2.1624>
- Amornpornwiwat, N., & Kapasuwan, S. (2018). *Chapter 5: Tourists' Perceptions of and Intentions-to-Stay at a Capsule Hotel in Bangkok*. 79–99. <https://doi.org/10.1108/s1871-317320180000015010>
- Amran, A., Widjaja, Y. R., & Nuryanti, S. (2019). Service Excellence dan Servicescape: Faktor Dominan Dalam Menciptakan Kepuasan Tamu Hotel. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 44–52. <http://ejournal.ars.ac.id/index.php/JIIP/article/view/135>
- Anggraini, N. P. N., Widari, N. P. S., & Andika, A. W. (2021). The Effect Of Servicescape and Experiential Marketing On Revisit Intention Through Consumer satisfaction As A Meditation variable In House Of Habbit. *International Journal Of Sustainability, Education, and Global Creative Economic (IJSEGCE)*, 4(2), 73–85.
- Arisandi, D., Shar, A., & Hariyadi, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Emosional, Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Belanja Busana Secara Daring. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 10(2), 92–102. <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol10no2.163>
- Asghar Ali, M., Ting, D. H., Salim, L., & Ahmad-Ur-Rehman, M. (2021). Influence of servicescape on behavioural intentions through mediation and moderation effects: A study on Malaysia's full-service restaurants. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1924923>

- Alhamidi, R (2024, 20 Januari). "7.7 Wisatawan Kunjungi Kota Bandung Sepanjang 2023". DetikJabar
- Avan, A., Uyar, A., Zorlu, Ö., & Özmen, A. (2019). The effects of servicescape on the emotional states and behavioural responses of hotel guests. *Anatolia*, 30(3), 303–315. <https://doi.org/10.1080/13032917.2019.1575885>
- Bagio, A. C., & Budidharmanto, L. P. (2023). Guest Pro-environmental Behavior Towards the Implementation of Energy Efficiency through Smart Key Technology in Capsule Hotel. *Indonesian Journal of Social and Environmental Issues (IJSEI)*, 4(2), 184–191. <https://doi.org/10.47540/ijsei.v4i2.1009>
- Bahriansyah, B., & Sari Arista, D. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Pondok Losari Di Makassar. *Movere Journal*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.53654/mv.v3i1.174>
- Batra, M., & Taneja, U. (2023). The influence of servicescape on behavioral intentions of customers in hospitals post the COVID-19 pandemic. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 8(2), 169–197. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJPHM-06-2022-0060>
- Bhudiharty, S. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Farmhouse Lembang. *Management & Accounting Expose*, 2(1), 10–20. <https://doi.org/10.36441/mae.v2i1.93>
- Caroline, C. (2021). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Behavioral Intention. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(2), 72–80. <https://profit.ub.ac.id>
- Chen, H. J., Wong, S. W., Bilgihan, A., & Okumus, F. (2020). Capsule hotels: Offering Experiential Value or perceived as risky by tourists? An optimum stimulation level model. *International Journal of Hospitality Management*, 86(November 2019), 102434. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102434>
- 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*, 23(4), 373–384. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1444649>
- Christie, & Shu, E. (2024). The Effect Of Servicescape And Promotion On

- Customer Revisit Intention, Mediated By Customer Satisfaction At 38 Coffee Lab. *Jurnal Ekonomi*, 13(02), 2024. <https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i02>
- Dedeoglu, B. B., Bilgihan, A., Ye, B. H., Buonincontri, P., & Okumus, F. (2018). The impact of servicescape on hedonic value and behavioral intentions: The importance of previous experience. *International Journal of Hospitality Management*, 72(April 2017), 10–20. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.12.007>
- Djakasaputra, A., Pramezwary, A., & Sianipar, R. (2022). The Role of Servicescape , Word of Mouth , Perceived Value of Customer ' s Behavioral Intention. *Jurnal Mantik*, 6(36), 1757–1763.
- Dwijayanto, A., & Widodo, A. (2020). Pengaruh Bauran 8p terhadap Keputusan Pembelian Coffee Shop Kopi Kenangan Bandung. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6192–6203.
- Evelyn Cahyuni, W., & Ritonga, R. M. (2023). Analisis Pengaruh Servicescape terhadap Revisit Intention di La Riviera Pantai Indah Kapuk 2. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 3(6), 627–637. <https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v3i6.813>
- Evelyna, F. (2022). Pengaruh Servicescape, Social Media Marketing dan Customer Experience terhadap Minat Berkunjung Kembali (Revisit Intention) pada Objek Wisata Rahayu River Tubing di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(2), 203. <https://doi.org/10.54131/jbma.v9i2.147>
- Hamzah, N. A., Abd Rashid, M. H., Mansor, A. A., & Shobri, N. D. M. (2020). The Role of Servicescape in Fostering Customer Satisfaction and Positive Emotion Among Shopping Mall Patrons. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(11), 94–103. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v10-i11/8066>
- Handayani, T., Handayani, I., & Ikasari, I. H. (2019). Buku Statistika Dasar. In *CV. Pena Persada*.
- Hasanah, M., & Satrianto, A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Ke Objek Wisata Komersial”Di Sumatera”Barat. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 1(3), 931. <https://doi.org/10.24036/jkep.v1i3.7720>

- Ibrahim, Y., Sobaih, A. E., & El-Sayiad, M. (2018). Impact of service Environment and Service Quality on Customer Satisfaction and Behavioral Intentions in Hotels. *Journal of the Faculty of Tourism and Hotels*, 2(1), 127–146. <https://doi.org/10.21608/mfth.2018.26255>
- Kembey, J. F. R., Moniharapon, S., & Soegoto, A. S. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kelompok Acuan dan Persepsi Harga terhadap keputusan Pembelian Layanan Internet Indihome di PT. Telkom Tomohon. *EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 879–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/38480>
- Lee, W. S., Lee, J. K., & Moon, J. (2018). Study on the preference for capsule hotel attributes using a choice experiment. *Tourism Economics*, 24(4), 492–499. <https://doi.org/10.1177/1354816618765345>
- Lestari, S. D., & Asdinardju, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Selebriti Dalam Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi. *Vol 6, No 1*, 327–350.
- Luna, D., & Hanifah, R. D. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Capsule Hotel Old Batavia, Jakarta Pusat. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 3(2), 101–115. <https://doi.org/10.32528/sw.v3i2.3875>
- Makawowor, C. C., & Dewantara, Y. F. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menginap pada Generasi Milenial di Mercure Jakarta Sabang. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 334–341. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.58950>
- Makbul. (2021). *Metode Pengumpulan data dan Intrumen Penelitian*. (Makalah). Sekolah Pascasarjana, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Meiriana, R. R. (2020). *A Study of Brand Identity and Customer Selection of A Capsule Hotel: Case Study of 9hours Hotel in Tokyo*. September, 105.
- Monica, A. V., & Saphiranti, D. (2022). Literature Review: Pengaruh Elemen Desain Ruang Capsule Hotel Terhadap Faktor Psikologis Konsumen. *Jurnal Desain Interior*, 7(1), 11. <https://doi.org/10.12962/j12345678.v7i1.13068>
- Mukhid, A. (2021). *Metodologi penelitian pendekatan kuantitatif* (S. R. Wahyuningrum (ed.)). C.V JAKAD Media Publishing.

- Naldita, M. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Layanan, dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pondeok Ale-Ale Di Pontianak. *Bisnis Manajemen (Bisma)*, 7(4), 749–759.
- Nurdiana Nurfarida, I. (2015). Pengukuran Indeks Kepuasan Pelanggan Untuk Peningkatan Kualitas Layanan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 11(2), 135–146.
- Pakpahan, A. F., Prasetio, A., Negara, E. S., Gurning, K., Situmorang, R. F. R., Tasnim, Sipayung, P. D., Sesilia, A. P., Rahayu, P. P., Purba, B., Chaerul, M., Yuniwati, I., Siagian, V., & Rantung, G. A. J. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Yayasan Kita Menulis.
- Pandey, U., Tariqul Islam, M., & Hossain, M. I. (2023). Exploring the influence of servicescape, e-WoM, and satisfaction on tourists' revisit intention to yoga tourist destination: Evidence from Patanjali Yogpeeth, India. *Journal of Tourism and Development*, 44(November), 313–333. <https://doi.org/10.34624/rtd.v44i0.31978>
- Park, J. Y., Back, R. M., Bufquin, D., & Shapoval, V. (2019). Servicescape, positive affect, satisfaction and behavioral intentions: The moderating role of familiarity. *International Journal of Hospitality Management*, 78(June 2018), 102–111. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.11.003>
- Peng, Y., Wang, E. Y., & Lam, D. (2020). Build It and They Will Come? The Impact of Servicescape on Chinese Millennials' Satisfaction and Behavioral Intentions toward Integrated Resorts Build It and They Will Come? The Impact of Servicescape on Chinese Millennials' Satisfaction and Behaviora. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 00(00), 1–23. <https://doi.org/10.1080/15256480.2020.1805090>
- Peng, Y., Wang, E. Y., & Lam, D. (2022). Build It and They Will Come? The Impact of Servicescape on Chinese Millennials' Satisfaction and Behavioral Intentions toward Integrated Resorts. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 23(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/15256480.2020.1805090>
- Pramesti, D. S. (2019). Implementasi Konsep Tri Hita Karana Pada Akomodasi Pariwisata Di Nusa Dua, Bali (Study Kasus: Melia Bali Villas And Spa Resort). *Journey : Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality,*

- Convention and Event Management*, 1(1 Special Edition), 207–228.
<https://doi.org/10.46837/journey.v1i1.24>
- Pramita, M. W., & Danibrata, A. (2021). Hedonic Value Dan Utilitarian Value Terhadap Customer Satisfaction Serta Dampaknya Terhadap Behavior Intentions. *E-Jurnal Manajemen Tsm*, 1(1), 1–8.
<http://jurnaltsm.id/index.php/ejmtsm>
- Purwianti, L., & Tio, K. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Behavioural Intention. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 15.
<https://doi.org/10.28932/jmm.v17i1.415>
- Ruki, U. A. (2011). Pengenalan Teori Servicescape dan Penerapannya Dalam Desain Interior. *Humaniora*, 2(9), 11.
- Savira, V., Ariesta, W., & Ismail, Y. (2023). Urgensi Pengaturan Hukum Terkait Kenyamanan Wisatawan. *Yurijaya : Jurnal Ilmiah Hukum*, 5(1), 73–84.
<https://doi.org/10.51213/yurijaya.v5i1.98>
- Septian, Y. D., Abrian, Y., & Adrian, A. (2022). Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Tamu Evas Restoran di Hotel Grand Rocky Kota Bukittinggi. *Jurnal Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 3(2), 111–118.
- Shinegi, D., & Widjaja, A. W. (2022). The Influence Of Hotel Interior, Hotel Customer Process, And Hotel Design On Repurchase Intentions Mediated By Customer Satisfaction. *Dinar: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 9(1), 34–50. <https://doi.org/10.21107/dinar.v9i1.11968>
- Slamet, R. W. (2020). *Validitas Dan Reabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja*. 51–58.
- Subakti, A. G., Anita, T. L., & Triana, I. (2020). The impact of consumer perceptions to technology-based facilities at bobobox capsule hotel, jakarta. *Proceedings of 2020 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2020, October*, 233–237.
<https://doi.org/10.1109/ICIMTech50083.2020.9211196>
- Sugiyono (2019). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Alfabeta
- Supraptini, N., & Supriyadi, A. (2020). Pengaruh Fasilitas, Transportasi Dan Akomodasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dikabupaten Semarang. *JMD* :

- Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 3(2), 121–131.
<https://doi.org/10.26533/jmd.v3i2.729>
- Suriani, N., & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau. *Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.
<https://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan/article/view/55/32>
- Tambunan, R. E., Nugroho, R. A., & Dewanti, A. N. (2024). Konsep Pengembangan Destinasi Pariwisata Terpadu Pada Objek Wisata Pulau Kumala , Kabupaten Kutai Kartanegara Tourist Object of Kumala Island , Kutai Kartanegara Regency. *Compact: Spatial Development Journal*, 03(01), 89–104.
- Tuncer, I., Unusan, C., & Cobanoglu, C. (2021). Service Quality, Perceived Value and Customer Satisfaction on Behavioral Intention in Restaurants: An Integrated Structural Model. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 22(4), 447–475. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2020.1802390>
- Türker, N., Gökkaya, S., & Acar, A. (2019). Measuring the Effect of Restaurant Servicescapes on Customer Loyalty. *Tourism Academic Journal*, 6(2), 255–270.
- Widiarsani, N. M., Sulistyawati, A. S., Nyoman, N., Aryanti, S., & Nimadewidiarsaniyahocom, E. (2018). Identifikasi dan persepsi wisatawan terhadap capsule hotel di kuta bali. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 2(1), 165–182.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jkh/article/download/37126/23369/>
- Xie, K. L., Zhang, Z., & Zhang, Z. (2014). The business value of online consumer reviews and management response to hotel performance. *International Journal of Hospitality Management*, 43, 1–12.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.07.007>
- Yu, H., & Akita, T. (2019). The effect of illuminance and correlated colour temperature on perceived comfort according to reading behaviour in a capsule hotel. *Building and Environment*, 148(September 2018), 384–393.
<https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2018.11.027>
- Yudha, E. P., Rifai, A. A., & Adela, A. S. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan

Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji Mcdonald's. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 1003. <https://doi.org/10.25157/ma.v8i2.7558>

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46. <https://doi.org/10.1177/002224299606000203>