

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN TAMU PADA HOTEL BINTANG 5 DI
JAKARTA PUSAT**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar sarjana
pariwisata Prodi Manajemen Resort & Leisure*



Disusun oleh:
Alifia Ikham Shafanissa
NIM 2006099

**PROGAM STUDI MANAJEMEN RESORT & LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

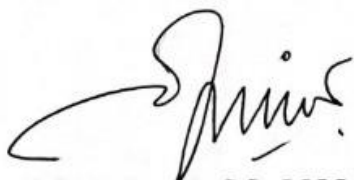
Alifia Ikhrum Shafanissa

2006099

**“Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Pada Hotel
Bintang 5 di Jakarta Pusat”**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

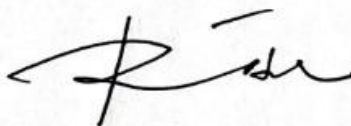
Pembimbing I



Sri Marhanah, S.S., M.M.

NIP. 198110142006042001

Pembimbing II



Rosita, S.S., M.A.

NIP. 197810192006042

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



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

NIP. 19791215 200812 2 002

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwasanya skripsi dengan judul "Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Pada Hotel Bintang 5 di Jakarta Pusat" ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan plagiarisme 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

Alifia Ikham Shafanissa

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT karena atas rahmat-Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Pada Hotel Bintang 5 di Jakarta Pusat” ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan kelulusan akademik pada Program Studi Manajemen Resort dan Leisure, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwasanya laporan ini memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis dengan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penusunan laporan di masa mendatang. Sekali lagi penulis ucapkan terima kasih dan semoga laporan ini bermanfaat bagi pihak-pihak terkait.

Bandung, Juli 2024

Alifia Ikhram Shafanissa

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Allah AWT, atas karunia-Nya sehingga Penulis dapat berkembang dalam proses penulisan skripsi ini serta menambah wawasan dan pengalaman dengan mengerjakan tugas akhir/skripsi ini.

Pada kesempatan ini, Penulis menyampaikan rasa terima kasih sebesar-sebarnya kepada pihak-pihak yang sudah berjasa dalam membimbing dan mendukung Penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, di antaranya:

1. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan doa, dukungan serta motivasi dalam setiap langkah penulis.
2. Ibu Dr. Erry Sukriah S.E., M. SE., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Resort & Leisure Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia yang selalu memberikan bantuan dalam menjalankan skripsi ini.
3. Ibu Ghoitsa Rohmah Nurazizah, S.Par., M.Si., selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan serta memotivasi penulis selama penulis mengikuti perkuliahan dalam program studi Manajemen Resort dan Leisure.
4. Ibu Sri Marhanah, S.S., M.M. selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan izin dan kemudahan serta memberikan waktu dan kesempatan untuk membimbing, mengoreksidan mengarahkan Penulis pada saat proses penyusunan skripsi berlangsung
5. Ibu Rosita, S.S., M.A., selaku dosen pembimbing kedua yang selama ini telah membimbing Penulis dari awal penyusunan hingga akhir secara baik dan tulus. Terima kasih atas segala perhatian, masukan dan motivasi yang sangat berharga kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Resort dan Leisure yang sudah memberikan banyak ilmu pengetahuan serta pengalaman berharga selama penulis menjalankan perkuliahan di Manajemen Resort dan Leisure.

7. Seluruh teman-teman seperjuangan Manajemen Resort & Leisure Angkatan 2020 yang telah berjuang Bersama dari awal perkuliahan hingga bersama-sama mengakhiri perkuliahan di Manajemen Resort & Leisure.
8. Seluruh sahabat & teman penulis yang senantiasa membantu penulis dalam memberikan semangat dan bantuan selama penulis menyelesaikan skripsi.
9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan informasi untuk dapat membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan laporan ini, yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Penyusun menyadari bahwasanya dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dimiliki. Semoga Allah SWT memberikan balasan atas amal baik semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan limpahan pahala yang berlipat-lipat dan senantiasa memberikan rahmat serta karunia-Nya kepada kita semua.

Bandung, Juli 2024

Alifia Ikhram Shafanissa

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN TAMU PADA HOTEL BINTANG 5 DI
JAKARTA PUSAT**

ABSTRAK

Oleh:

Alifia Ikhram Shafanissa

2006099

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu pada Hotel Bintang 5 di Jakarta Pusat. Jakarta Pusat merupakan wilayah dengan jumlah akomodasi terbanyak dibandingkan wilayah DKI Jakarta lainnya dan dengan Hotel Bintang 5 yang menawarkan pelayanan berkesan dengan harga yang beragam sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap tamu yang menginap. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif serta analisis regresi linear berganda dan uji asumsi klasik dibantu oleh SPSS dengan berdasarkan data yang dikumpulkan dari total 150 responden dengan kriteria tamu yang pernah menginap di Hotel Bintang 5 Jakarta Pusat. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya persepsi harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan tamu pada Hotel Bintang 5 di Jakarta Pusat. Persepsi harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berkontribusi terhadap kepuasan tamu sebesar 23,9%. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pengelola Hotel Bintang 5 di Jakarta Pusat dapat mempertahankan secara serius faktor-faktor persepsi harga seperti mendapatkan informasi mengenai harga kamar yang lebih kompetitif serta mempertimbangkan memberikan paket atau promo khusus. Selain itu, upaya kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan tamu dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan untuk dapat meningkatkan wawasan kepada seluruh karyawan. Serta, perlunya mengidentifikasi dan mengevaluasi variabel-variabel lain di luar persepsi harga dan kualitas pelayanan yang mungkin memiliki kontribusi besar terhadap kepuasan tamu, seperti situasional faktor, personal faktor dan kualitas produk.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Tamu, Hotel Bintang 5

***THE EFFECT OF PRICES PERCEPTIONS AND SERVICE QUALITY OF
GUEST SATISFACTION AT 5-STARS HOTEL IN CENTRAL JAKARTA***

ABSTRACT

By:

Alifia Ikhram Shafanissa

2006099

This research aimed to analyze the influence of price perceptions and service quality to guest satisfaction at 5-Star Hotels in Central Jakarta. Central Jakarta is the area with the largest number of accommodations compared to other areas of DKI Jakarta and with 5-Star Hotels that offer impressive services at various prices. This research employed quantitative methods using multiple linear regression analysis and classical assumption tests assisted by SPSS based on data collected from a total of 150 respondents with the criteria of guests who have stayed at 5-Star Hotels in Central Jakarta. The research results showed that perceived price and service quality have a significant simultaneous influence on guest satisfaction at 5-Star Hotels in Central Jakarta. Perceptions of price and service quality contribute to guest satisfaction by 23.9%. Based on the results of research that has been carried out, 5-Star Hotel managers in Central Jakarta can seriously maintain price perception factors such as getting information about more competitive room prices and considering providing special packages or promotions. Apart from that, service quality efforts to increase guest satisfaction can be done by providing training to increase insight to all employees. Also, there is a need to identify and evaluate other variables beyond perceived price and service quality that may have a major contribution to guest satisfaction, such as situational factors, personal factors and product quality.

Keywords: Price Perception, Service Quality, Guest Satisfaction, Five-Star Hotel

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.2 Harga.....	14
2.2.1 Pengertian Harga dan Persepsi Harga	14
2.2.2 Tujuan Penetapan Harga	15
2.2.3 Faktor-faktor Penetapan Harga	16
2.2.4 Hubungan Persepsi Harga dan Kepuasan Tamu	16
2.3 Kualitas Pelayanan.....	18
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	18
2.3.2 Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan.....	18
2.3.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Tamu.....	21
2.4 Kepuasan Tamu.....	22
2.4.1 Pengertian Kepuasan Tamu.....	22
2.4.2 Faktor-Faktor Pengaruh Kepuasan.....	23
2.5 Penelitian Terdahulu	25
2.6 Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian.....	31
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Sampel.....	32
3.2.3 Teknik Sampling	33
3.3 Operasional Variabel.....	33
3.4 Jenis dan Sumber Data	36
3.4.1 Data Primer	36
3.4.2 Data Sekunder	36
3.5 Instrumen Penelitian.....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data	38
3.7 Teknik Pengujian Instrumen	39
3.7.1 Uji Validitas	39
3.7.2 Uji Reliabilitas	42
3.8 Teknik Analisis Data.....	43
3.8.1 Analisis Data Deskriptif.....	44
3.8.2 Analisis Data Verifikatif	46
3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	47

3.9	Pengujian Hipotesis.....	48
3.9.1	Secara Parsial (Uji T)	48
3.9.2	Secara Simultan (Uji F).....	49
3.9.3	Koefisien Determinasi (R^2)	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Gambaran Umum	51
4.1.1	Profil Lokasi Penelitian.....	51
4.1.2	Profil Hotel.....	52
4.2	Karakteristik Responden	56
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	57
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	58
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi atau Pekerjaan.....	59
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	59
4.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menginap	60
4.2.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menginap.....	61
4.2.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Rekan Kunjungan	61
4.2.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Hotel Bintang 5 yang Dikunjungi	62
4.3	Analisis Deskriptif	63
4.3.1	Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Harga.....	63
4.3.2	Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	65
4.3.3	Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan	68
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	71
4.4.1	Hasil Uji Normalitas.....	71
4.4.2	Hasil Uji Multikolinearitas	72
4.4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
4.4.4	Hasil Uji Linearitas	74
4.5	Pengujian Hipotesis.....	75
4.5.1	Hasil Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F).....	75
4.5.2	Hasil Uji Hipotesis secara Parsial (Uji T)	76
4.5.3	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	77
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	78
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian	79
4.7.1	Tingkat Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Tamu	79
4.7.2	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Tamu (H_1)	81
4.7.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu (H_2).....	82
4.7.4	Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu (H_3)	83
BAB V KESIMPULAN, SARAN & IMPLIKASI.....		84
5.1	Kesimpulan	84
5.2	Saran & Implikasi	85
DAFTAR PUSTAKA		86
LAMPIRAN.....		93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tingkat Penghunian Kamar Hotel Bintang menurut Kelas Hotel Bintang di DKI Jakarta (%) Tahun 2018 - 2023.....	5
Gambar 1.2	Tingkat Okupansi Hotel Bintang 5 di Provinsi DKI Jakarta & Kalimantan Timur	6
Gambar 3.1	Garis Kontinum.....	43
Gambar 4. 1	Wilayah Jakarta Pusat.....	48
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	54
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	55
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi atau Pekerjaan	56
Gambar 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	56
Gambar 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menginap	57
Gambar 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menginap	58
Gambar 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Rekan Kunjungan	58
Gambar 4.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Hotel Bintang 5 yang Dikunjungi	59
Gambar 4.12	Garis Kontinum Persepsi Harga Hotel Bintang 5 Jakarta Pusat	62
Gambar 4.13	Garis Kontinum Kualitas Pelayanan Hotel Bintang 5 Jakarta Pusat	64
Gambar 4.14	Garis Kontinum Kepuasan Tamu Hotel Bintang 5 Jakarta Pusat	67
Gambar 4.15	Normal Probability Plot	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Akomodasi, Kamar, dan Tempat Tidur yang tersedia pada Hotel Bintang di DKI Jakarta Tahun 2020 – 2022.....	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data	35
Tabel 3.3	Instrumen Skala Likert	36
Tabel 3.4	Pengujian Validitas Variabel X.....	38
Tabel 3.5	Pengujian Validitas Variabel Y	39
Tabel 3.6	Tingkatan Reliabilitas.....	40
Tabel 3.7	Hasil Pengujian Reliabilitas X & Y.....	41
Tabel 3.8	Kriteria Persentase Perhitungan	42
Tabel 4.1	Profil Hotel Bintang 5 di Jakarta Pusat	49
Tabel 4.2	Hasil Tanggapan Responden mengenai Persepsi Harga.....	60
Tabel 4.3	Hasil Tanggapan Responden mengenai Kualitas Pelayanan	63
Tabel 4.4	Hasil Tanggapan Responden mengenai Kepuasan Tamu.....	66
Tabel 4.5	Hasil Uji Normalitas.....	68
Tabel 4.6	Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4.7	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	71
Tabel 4.8	Hasil Uji Linearitas	72
Tabel 4.9	Hasil Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F).....	73
Tabel 4.10	Hasil Uji Hipotesis secara Parsial (Uji T)	74
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	74

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Struktur SERVQUAL.....	20
Bagan 2 Kerangka Persepsi Kepuasan.....	24
Bagan 3 Kerangka Pemikiran Masalah.....	29

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, G. N., & Nainggolan, B. M. (2023). Meningkatkan Kepuasan Tamu Melalui Pesepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi di The Margo Hotel Depok. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2. <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat%0ABulan,6Tahun>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bahar, A. M., Maizaldi, Putera, N., Widiesty, R., Chaniago, S., & Eliza, Y. (2020). The Effect of Tourism Facilities, Service Quality and Promotion of Tourist Satisfaction in South Pesisir District. *Jurnal Manajemen Dan Sains (J-MAS)*, 5(April), 5–9. <https://doi.org/10.33087/jmas.v5i1.141>
- Bahriansyah, D., & Arista, D. N. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Pondok Losari di Makassar. *Movere Journal*, 3(1), 104–114.
- Barkah, & Febriasari, P. (2021). Factors that Influencing Tourists Revisit Intention. *Jurnal Dinamika Manajemen (JDM)*, 12(85), 77–87. <https://doi.org/10.15294/jdm.v10i1.17359>
- BPS DKI Jakarta. (2023). Perkembangan Hotel Provinsi DKI Jakarta. <https://jakarta.bps.go.id/indicator/16/230/1/jumlah-akomodasi-kamar-dan-tempat-tidur-yang-tersedia-pada-hotel-bintang-menurut-kabupaten-kota.html>
- Budiarti, E. M., Kusumaningrum, D. E., Zulkarnain, W., Sumarsono, R. B., Burham, A. S. I., & Bengen, E. J. (2022). Analisis Karakteristik Responden Dalam Menggali Pelaksanaan Tugas Profesi Guru Melaksanakan Pendidikan Masa Pandemi di Sekolah Dasar. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan (JAMP)*, 5(1), 71–76.
- Budiasa, K., & Suthanaya, I. P. B. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Puri Saron Hotel Seminyak Kuta. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies (JoTIS)*, 1(2), 181–183.
- Castro, C., & Ferreira, F. A. (2018). Online Hotel Ratings and Its Influence on Hotel Room Rates: The Case of Lisbon, Portugal. *Tourism & Management Studies*, 14, 63–72. <https://doi.org/10.18089/tms.2018.14SI107>

- Chen, C., & Chen, F. (2010). Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction and Behavioral Intentions for Heritage Tourists. *Tourism Management*, 31, 29–35. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.008>
- Chen, C., & Tsai, D. (2007). How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions? *Tourism Management*, 28, 1115–1122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>
- Cong, L. C. (2016). A Formative Model of The Relationship Between Destination Quality, Tourist Satisfaction and Intentional Loyalty : An Empirical Test in Vietnam. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 26, 50–62. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2015.12.002>
- Danurdara, A. B. (2020). A Study of Service Quality on Customer Satisfaction and its Impact on Customer Loyalty : The Case of Food and Beverage Industry in Bandung. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 2018, 9106–9112.
- Evy, M. (2020). Quality of Service and Price Perception Affect Customer Loyalty With Consumer Satisfaction As a Mediation Variables. *Journal of Applied Management and Business*, 1(2), 61–67.
- Falaq, M., Sutisna, M. J., & Dimas, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Bintang Empat. *Journal of Hospitality and Tourism*, 1, 76–94. <https://doi.org/10.36418/jist.v3i9.504>
- Ghozali, Imam. (2018). "Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, Y. R. B., & Heryjanto, A. (2023). The Effect of Price Perception, Product Quality, Service Quality on Consumer Loyalty Mediated by Consumer Satisfaction. *Journal of Indonesian Social Science (JISS)*, 4(11), 1181–1195.
- Goeltom, V. A. H., Kristiana, Y., Juliana, J., Bernato, I., & Pramono, R. (2020). The Effect of Service Quality and Value of Five-Star Hotel Services on Behavioral Intentions with the Role of Consumer Satisfaction as Mediator. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(11), 967–976. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no11.967>
- Hair J.F., et al. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. New Jersey:

Pearson Prentice Hall.

- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, A. S., & Erlangga, H. (2022). *Strategi Pemasaran (Konsep, Teori dan Implementasi)*.
- Hardani, Auliya, N. H., Helmina Andriani, R. A. F., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *CV. Pustaka Ilmu* (Issue March).
- Hariani, M., Arifin, S., Rahman, Y., & Hakim, A. (2021). The Effect of Perceived Service Quality and Price on Hotel Service User Satisfaction in Surabaya. *Journal of Science, Technology and Society (SICO)*, 2(2018), 19–24.
- Haryanto, R., & Sitio, A. (2022). Effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction and Its Implications on Customer Loyalty PT . XYZ. *INDIKATOR (Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis)*, 6(1), 12–20.
- 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>
- Heng, I. S. A. P., Ervina, E., & Sumarsih, U. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu di Upscale Hotel di Kota Bandung. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi (JEBM)*, 25(3), 534–545.
- Hernikasari, I., Hapzi Ali, & Hadita, H. (2022). Determinasi Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Analisis Harga Dan Kualitas Produk (Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 437–450. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.1004>
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian*.
- Indajang, K., Candra, V., Sianipar, M. Y., Sembiring, L. D., & Simatupang, S. (2023). The Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(3), 942–950. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i3.3090>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Jailani, M. S. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. 1*, 1–9.
- Jogiyanto. (2014). *Pedoman :Survei Kuesioner* .Yogyakarta : BPFY Yogyakarta

- Kashyap, R., & Bojanic, D. C. (2000). A Structural Analysis of Value, Quality, and Price Perceptions of Business and Leisure Travelers. *Journal of Travel Research*. <https://doi.org/10.1177/004728750003900106>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17e ed.).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Kumar, P. (2021). Criteria for star classification of hotel (Five, four, three, two, one & heritage). 13 April. <https://hmhub.in/criteria-star-classification-hotel-five-four-three-two-one-heritage/>
- Kumoro, W. B., & Krisprimandoyo, D. A. (2023). The Effect of Service Quality, Reputation, and Perceived Price on Purchase Decisions with Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Study on Parents of Students at Ciputra School Surabaya). *SINERGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 13(September), 83–94.
- Lating, F. A., & Zulfikar, R. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengunjung di The Bonds's Cafe Setelah Pandemi COVID-19. *Journal Of Economics, Management, Business, And Accounting (JEMBA)*, 3(1), 61–81.
- Lebu, C. F. K., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2019). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Danau Linow. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5505–5513.
- Liu, C. S., & Lee, T. (2016). Service Quality and Price Perception of Service : Influence on Word-of-Mouth and Revisit Intention. *Journal of Air Transport Management*, 52, 42–54. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2015.12.007>
- Lockyer, T. (2005). The Perceived Importance of Price as One Hotel Selection Dimension. *Tourism Management*, 26, 529–537. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.03.009>
- Maharsi, A. R., Njotoprajitno, R. S., Hadianto, B., & Wiraatmaja, J. (2021). The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Purchasing Intention : A Case Study in Indonesia *. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 475–482. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0475>
- Mahsyar, S., & Surapati, U. (2020). Effect of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Economics*,

- Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 2020(1), 204–211.
- Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. J. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari di Desa Sea Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA*, 10(4), 44–51.
- Mehta, C. R., & Patel, N. (2015). *IBM SPSS Exact Tests. January 1996*.
- Mujib, A., & Sulaiman, F. (2023). The Effect of Service Quality and Price on The Level of Guest Satisfaction of Prime Plaza Hotel Kualanamu. *Jurnal Ekonomi*, 12(04), 1567–1574.
- Naini, N. F., Santoso, S., Andriani, T. S., & Claudia, U. (2022). The Effect of Product Quality , Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *Journal Consumer Sciences*, 7, 34–50.
- Nengsi, N. S., & Andriani, N. (2023). The Effect of Service Quality and Satisfaction on Tourist Customer Loyalty in Slopeng Beach, Sumenep Regency. *Enrichment : Journal of Management*, 13(5).
- Ngatno. (2018). Manajemen Pemasaran. In *EF Press Digimedia* (pp. 1–292).
- Nuraeni, B. S. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang. *Jurnal Bisnis STRATEGI*, 23(1).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang Standar Usaha Hotel
- Peter, J.P., dan Olson, J.C. (2008). Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran. Buku 1. Edisi 9. Salemba Empat, Jakarta
- Pradana, D., & Hudayah, S. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor. *KINERJA*, 14(1), 16–23. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>
- Pramudita, D. T., Gunawan, N. F., Ningsih, M. C., & Adilah, R. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Harga dan Kualitas Produk. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 2–13.

- Prasetya, A. R., & Prabowo, R. E. (2023). The Influence of Location, Service Quality and Price Perception on Workshop Customer Satisfaction (Study on SBR AC/Audio Kendal Workshop). *Jurnal Ekonomi*, 12(02), 1591–1598.
- Prasilowati, S. L., Suyanto, S., Safitri, J., & Wardani, M. K. (2021). The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction : The Role of Price. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 451–455. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.451>
- Putra, A. P. (2018). Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Persepsi Terhadap Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Daya Tarik Wisata Air Terjun Selendang Aarum, Songgon - Banyuwangi. *Jurnal Magister Pariwisata (JUMPA)*, 05, 171–192.
- Ramadhaniati, S., Susanti, E., Wiwaha, A., & Tyas, I. W. (2020). Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business (IDEB)*, 1(1), 1–10.
- Ridhasyabina, M., Faujani, F. P., Nugraha, R., Puspita, R. M., Erpina, E., Dewi, P., & Azmy, D. U. (2024). The Influence of Price Perceptions and Service Quality on Consumer Satisfaction in Implementing Strategy at PT PRIMAJASA Cirebon. *Dynamic Management Journal*, 8(1), 245–256. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31000/dmj.v8i1> ISSN
- Riduwan, Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian, (Bandung: Alfabeta, 2007)
- Rizqi, M., & Syafarudin, A. (2021). The Effect of Service Quality on Gojek Online Customer Satisfaction. *Ilomata International Journal of Tax & Accounting (IJTC)*, 2(2), 134–145.
- Rufaidah, E., Daffa, M. B., & BR., A. D. M. (2022). How Product Quality, Price and Service Quality Impact Customer Satisfaction? Case Study at Son Hajisony Meatball. *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 5, 23–34.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.)). Literasi Media Publishing.
- Soleimani, A. G., & Einolahzadeh, H. (2019). The Influence of Service Quality on Revisit Intention : The Mediating Role of WOM and Satisfaction (Case study :

- Guilan travel agencies). *Cogent Social Sciences*.
<https://doi.org/10.1080/23311886.2018.1560651>
- Subaebasni, S., Risnawaty, H., & Wicaksono, A. R. A. (2019). Effect of Brand Image , the Quality and Price on Customer Satisfaction and Implications for Customer Loyalty PT Strait Liner Express in Jakarta. *International Review of Management and Marketing*, 9(1), 90–97.
- Suciptawati, N. L. P., Paramita, N. L. P. S. P., & Aristayasa, I. P. (2019). Customer Satisfaction Analysis Based on Service Quality : Case of Local Credit Provider in Bali. *Journal of Physics: Conference Series*. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1321/2/022055>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, CV.
- Supanun, K. (2019). How Service Quality, Guest Trust and Guest Satisfaction Affect a Five- Star Hotel's Reputation in Thailand. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(5), 1–14.
- Surahman, I. G. N., Yasa, P. N. S., & Wahyuni, N. M. (2020). The Effect of Service Quality on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction in Tourism Villages in Badung Regency. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Jagaditha*, 7, 46–52.
- Tarigan, C. Y., & Ikhsania, M. A. (2021). The Effect of Service Quality , Price Perception , and Location on Customer Satisfaction at Harris Suites Fx Sudirman Hotel. *Journal of Management*, 12(1), 1103–1110.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction* (4 ed.). Andi Publisher
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi III*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2019). "Pemasaran Jasa Edisi Terbaru." Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Viet, B. N., Dang, H. P., & Nguyen, H. H. (2020). Revisit Intention and Satisfaction : The role of Destination Image, Perceived Risk, and Cultural Contact. *Cogent Business & Management*, 7(1).

<https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1796249>

- Vitaharsa, L. I. (2023). Analysis of Consumer Satisfaction Influenced by Service Quality, Servicescape, and Price Perceptions. *Enrichment: Journal of Management, 13*(4).
- Wantara, P., & Tambrin, M. (2019). The Effect of Price and Product Quality Towards Customer Satisfaction and Customer Loyalty on Madura Batik. *International Tourism and Hospitality Journal, 2*(1), 1–9.
- Wilson, A., Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., & Gremler, D.D. (2008). *Services Marketing*. McGraw-Hill Education.
- Winoto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Bobba yang Dimediasi Dengan Strategi Promosi. *Jurnal Ilmiah Indonesia, 5*(12), 1566. <http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v5i12.187>
- 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>
- Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2017). A Model of Perceived Image, Memorable Tourism Experiences and Revisit Intention. *Journal of Destination Marketing & Management, June*, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.06.004>