

**PENGARUH *SERVICESCAPE* TERHADAP KEPUASAN TAMU
SARI ATER KAMBOTI HOTEL BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat dalam memperoleh gelar sarjana
Pariwisata Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



Disusun oleh:

Raisya Nabila Putri

2007927

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

2024

**PENGARUH *SERVICESCAPE* TERHADAP KEPUASAN TAMU
SARI ATER KAMBOTI HOTEL BANDUNG**

Oleh
Raisya Nabila Putri

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Resort dan Leisure
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia

©Raisya Nabila Putri, 2024
Universitas Pendidikan Indonesia
Juli 2024

Hak Cipta dilindungi undang – undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

Raisya Nabila Putri

2007927

**PENGARUH *SERVICESC*APE TERHADAP KEPUASAN TAMU
SARI ATER KAMBOTI HOTEL BANDUNG**

Disetujui dan disahkan oleh,

Dosen Pembimbing I



Rosita, S.S., MA

NIP.19811014200601

Dosen Pembimbing II




Gilang Nur Rahman S.Psi., M.Sc

NIP.920200819880724101

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



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

NIP.197912152008122002

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh *Servicescape* Terhadap Kepuasan Tamu Sari Ater Kamboti Hotel 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 yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya.

Bandung, Juli 2024



Raisya Nabila Putri

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, penulis panjatkan puja dan puji syukur atas kehadirat-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu. Tak lupa shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh *Servicescape* Terhadap *Kepuasan Tamu Sari Ater Kamboti Hotel Bandung*”.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan program sarjana S1 dan memperoleh gelar Sarjana Pariwisata di Program Studi Manajemen Resort & Leisure, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia. Ada pun pembahasan dalam skripsi ini mengacu pada penelitian yang telah penulis lakukan.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi semua pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat menjadi sumber inspirasi dan sumbangan pengetahuan baik dalam dunia akademik maupun non akademik dalam dunia pariwisata Indonesia khususnya.

Bandung, 17 Juli 2024

Raisya Nabila Putri

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam proses pengerjaannya, penulis menyadari bahwa menyusun skripsi ini bukanlah hal yang mudah tetapi, penulis mendapatkan banyak bantuan yang tulus dari berbagai pihak yang memiliki peran penting dalam rampungnya skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih dan apresiasi tertinggi selama proses pengerjaan skripsi ini. Ucapan terimakasih peneliti sampaikan kepada:

1. Allah SWT, yang selalu memberikan petunjuk dan kemudahan dalam setiap prosesnya, memberikan rezeki, ridha dan nikmat sehat sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu. Alhamdulillah.
2. Dr. Erry Sukriah, S.E., M.SE selaku ketua program studi Manajemen Resort & Leisure serta seluruh dosen dan staff yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berguna bagi penulis selama berkuliah hingga menyelesaikan studi di Manajemen Resort & Leisure.
3. Ibu Rosita, S.S., MA selaku dosen wali sekaligus dosen pembimbing skripsi I yang telah memberikan bimbingan, kesabaran, keikhlasan dan saran-saran yang diberikan kepada peneliti agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Gilang Nur Rahman, S.Psi., M.Sc. sebagai dosen pembimbing II yang telah mengajarkan banyak ilmu yang bermanfaat serta membimbing penulis hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan studi S1 di Manajemen Resort & Leisure.
5. Orang tua tercinta, Papah Deden dan Bunda Ratna atas doa, dukungan yang berkat mereka peneliti dapat termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih untuk apapun yang telah diperjuangkan untuk penulis sampai saat ini. Sehat selalu, peneliti sangat bersyukur memiliki kedua orang tua yang sangat hebat.
6. Kakak dan adik tersayang, Deina, Harits, Davina & Jennaira sebagai penyemangat, penghibur dan inspirasi penulis dalam menyelesaikan pendidikan.
7. Keluarga besar yang telah memberikan semangat dan doa untuk peneliti. Terimakasih banyak peneliti ucapkan dengan tulus.

8. Pengelola Sari Ater Kamboti Hotel Bandung yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk dapat melaksanakan kegiatan penelitian sehingga skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan.
9. Sahabat kecil penulis Aprilia, Risma, Salma, Anandita dan Zehan yang selalu ada saat senang maupun susah, penyemangat, penghibur dan penglipur lara. *Guys, u are mean a lot for me! Love u <3*
10. Barudak Komplek Karasak telah memberikan dukungan, menemani, menghibur dan selalu ada untuk peneliti.
11. Inke, Fadhilah, dan Zahra selaku sahabat penulis sejak duduk dibangku menengah pertama hingga saat ini yang masih menemani dan memberikan dukungan serta motivasi kepada peneliti.
12. Sahabat MRL sejak awal dimulainya perjalanan perkuliahan, Shafa, Bunga, Rayhan, Ruben, Ariq, serta semua rekan- rekan MRL 2020 yang tak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terimakasih atas dukungan dan telah menjadi kawan yang sangat baik bagi penulis selama berkuliah di MRL melewati hiruk pikuk bersama.
13. Syahrul, Meliza, Teh Babil, Laeticia yang memberikan semangat, dukungan, bantuan, saling bertukar inspirasi, teman bimbingan dan menemani selama proses skripsi.
14. Terkhusus untuk Muhammad Hamdan Kautsar yang selalu meyakinkan bahwa penulis bisa, membantu, menemani, selalu hadir disaat suka maupun duka, dan sebagai penyemangat dalam menjalani hari. *I'm glad to have u in my life, thank you! <3*
15. Raisya, terimakasih banyak telah berjuang dan bertahan sampai skripsi ini selesai tepat waktu, *you did it very well! Next chapter will begin.*

Bandung, 17 Juli 2024

Raisya Nabila Putri

ABSTRAK

PENGARUH *SERVICESCAPE* TERHADAP KEPUASAN TAMU SARI ATER KAMBOTI HOTEL BANDUNG

Servicescape yang baik merupakan salah satu cara supaya dapat mencapai kepuasan tamu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *servicescape* dan kepuasan tamu serta menganalisis bagaimana pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan tamu di Sari Ater Kamboti Hotel Bandung. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 130 responden dihitung menggunakan rumus Hair. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner dengan metode *simple random sampling*. Analisis regresi linier sederhana dan uji hipotesis (uji t) merupakan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai dari *servicescape* sebesar 81,8% dan termasuk pada kategori baik. Kepuasan Tamu berada pada nilai sebesar 83,5% yang termasuk pada kategori puas. *Servicescape* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $12,613 > 1,978 t_{tabel}$, nilai signifikan sebesar 0,001. Koefisien regresi variabel *servicecsape* sebesar 0,528 yang berarti jika ada kenaikan pada *servicescape* maka, kepuasan tamu akan bertambah sebesar 0,528.

Kata Kunci : *servicescape*, kepuasan tamu, hotel

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICESCAPE ON CUSTOMER SATISFACTION SARI ATER KAMBOTI HOTEL BANDUNG

*A good servicescape is one way to achieve customer satisfaction. The purpose of this research is to determine servicescape and customer satisfaction and analyze how servicescape influences customer satisfaction at Sari Ater Kamboti Hotel Bandung. The sample taken in this research was 130 respondents calculated using the Hair formula. The data collection technique used was a questionnaire with a simple random sampling method. Simple linear regression analysis and hypothesis testing (*t* test) are the data analysis techniques used in this research. The research results show that the servicescape value is 81.8% and is included in the good category. Customer Satisfaction is at a value of 83.5% which is included in the satisfied category. Servicescape has a positive and significant effect on customer satisfaction with the *t* test results showing a calculated *t* value of $12.613 > 1.978$ *t* table, a significant value of 0.001. The regression coefficient of the servicescape variable is 0.528, which means that if there is an increase in servicescape, guest satisfaction will increase by 0.528.*

Keywords: servicescape, customer satisfaction, hotel

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMAKASIH	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Bersifat Teoritis	5
1.4.2 Bersifat Praktis	5
1.5 Sistematika Penelitian	5
BAB II	7
2.1 <i>Servicescape</i> dalam Pemasaran Jasa	7
2.1.1 Definisi <i>Servicescape</i>	7
2.1.2 Dimensi <i>Servicescape</i>	8
2.2 Kepuasan Tamu	9
2.2.1 Definisi Kepuasan	9
2.2.2 Faktor Pendorong Kepuasan Tamu.....	11
2.2.3 Pengukuran Kepuasan Tamu.....	12
2.2.4 Dimensi Kepuasan Tamu.....	13
2.3 Hubungan <i>Servicescape</i> Terhadap Kepuasan Tamu.....	14
2.4 Kerangka Pemikiran.....	16
2.5 Hipotesis.....	17

BAB III	19
3.1 Desain Penelitian	19
3.2 Lokasi Penelitian	20
3.3 Teknik Sampling.....	20
3.4 Populasi dan Sampel	20
3.4.1 Populasi	20
3.4.2 Sampel.....	21
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.6 Operasional Variabel	23
3.7 Jenis dan Sumber Data	25
3.7.1 Data Primer	26
3.7.2 Data Sekunder.....	26
3.8 Proses Pengembangan Instrumen Penelitian	27
3.8.1 Uji Validitas.....	27
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.9 Metode Analisis Data	32
3.9.1 Analisis Data Deskriptif	32
3.9.2 Analisis Data Kuantitatif.....	32
BAB IV.....	37
4.1 Gambaran Umum Sari Ater Kamboti Hotel Bandung	37
4.1.1 Visi Misi Sari Ater Kamboti Hotel Bandung.....	37
4.1.2 Fasilitas Sari Ater Kamboti Hotel Bandung	38
4.2 Karakteristik Pengunjung Sari Ater Kamboti Hotel Bandung	41
4.2.1 Karakteristik Tamu Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.2.2 Karakteristik Tamu Berdasarkan Usia	42
4.2.3 Karakteristik Tamu Berdasarkan Pekerjaan	43
4.2.4 Karakteristik Tamu Berdasarkan Sumber Informasi	44
4.3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Servicescape</i> di Sari Ater Kamboti Hotel Bandung.....	44
4.3.1 Ambient Dimension	44
4.3.2 Design Dimension.....	46
4.3.3 Social Dimension	49
4.4 <i>Servicescape</i> di Sari Ater Kamboti Hotel Bandung	51

4.5	Tanggapan Responden Mengenai <i>Kepuasan Tamu</i> di Sari Ater Kamboti Hotel Bandung.....	53
4.5.1	Kesesuaian Harapan.....	53
4.5.2	Minat Berkunjung Kembali	54
4.5.3	Kesediaan Merekomendasikan.....	56
4.6	Kepuasan Tamu di Sari Ater Kamboti Hotel Bandung.....	57
4.7	Uji Asumsi Klasik.....	59
4.7.1	Uji Normalitas.....	59
4.7.2	Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.7.3	Uji Autokorelasi.....	61
4.8	Analisis Regresi Linier Sederhana	62
4.9	Uji Hipotesis (Uji T)	63
4.10	Pembahasan.....	63
4.11.1	<i>Servicescape</i> di Sari Ater Kamboti Hotel Bandung.....	64
4.11.2	Kepuasan Tamu di Sari Ater Kamboti Hotel Bandung	65
4.11.3	Pengaruh <i>Servicescape</i> terhadap Kepuasan Tamu Sari Ater Kamboti Hotel Bandung.....	66
BAB V	68
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Implikasi dan Rekomendasi.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Ambient Dimension.....	44
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Design Dimension	46
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Social Dimension.....	49
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Servicescape	51
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Harapan	53
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Minat Berkunjung Kembali.....	54
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Kesiediaan Merekomendasikan	56
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terkait Kepuasan Tamu	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov-Smirnov	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson.....	61
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana.....	62
Tabel 4.13 Hasil Uji t	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase Kepuasan Tamu di Sari Ater Kamboti Hotel Bandung....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran <i>Servicescape</i> Terhadap Kepuasan Tamu.....	17
Gambar 4.2 Logo Sari Ater Kamboti Hotel Bandung.....	37
Gambar 4.3 Lobby Sari Ater Kamboti Hotel Bandung.....	38
Gambar 4.4 Lobby Sari Ater Kamboti Hotel Bandung.....	39
Gambar 5.4 Meeting Room Sari Ater Kamboti Hotel Bandung.....	39
Gambar 4.6 Kolam Renang Sari Ater Kamboti Hotel Bandung.....	40
Gambar 4.7 Gym Sari Ater Kamboti Hotel Bandung.....	40
Gambar 4.8 Cendana Resto Sari Ater Kamboti Hotel Bandung.....	41
Gambar 4.9 Malabar Park Sari Ater Kamboti Hotel Bandung.....	41
Gambar 4.10 Diagram Presentase Jenis Kelamin.....	42
Gambar 4.11 Diagram Presentase Usia Tamu.....	42
Gambar 4.12 Diagram Presentase Pekerjaan Tamu.....	43
Gambar 4.13 Diagram Presentase Sumber Informasi.....	44
Gambar 4.14 Garis Kontinum Ambient Dimension.....	46
Gambar 4.15 Garis Kontinum Design Dimension.....	48
Gambar 4.16 Garis Kontinum Social Dimension.....	50
Gambar 4.17 Garis Kontinum <i>Servicescape</i> di Sari Ater Kamboti Hotel Bandung	52
Gambar 4.18 Garis Kontinum Kesesuaian Harapan.....	54
Gambar 4.19 Garis Kontinum Minat Berkunjung Kembali.....	55
Gambar 4.20 Garis Kontinum Kesiediaan Merekomendasikan.....	57
Gambar 4.21 Garis Kontinum Kepuasan Tamu di Sari Ater Kamboti Hotel Bandung.....	59
Gambar 4.22 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUESIONER	75
LAMPIRAN 2. SURAT IZIN PENELITIAN	79
LAMPIRAN 3. DOKUMENTASI.....	80
LAMPIRAN 4. HASIL UJI VALIDITAS	81
LAMPIRAN 5. HASIL UJI RELIABILITAS	85
LAMPIRAN 6. TABULASI DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN	86
LAMPIRAN 7. HASIL TABULASI VARIABEL X (<i>SERVICESCAPE</i>).....	90
LAMPIRAN 8. HASIL TABULASI VARIABEL Y (<i>KEPUASAN TAMU</i>).....	93
LAMPIRAN 9. BUKU BIMBINGAN	97
LAMPIRAN 10. SURAT KEPUTUSAN DOSEN PEMBIMBING	99

DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Artuğer, S. (2020). The effect of servicescape in hotels on customer satisfaction: Evidence from resort hotels. *Turizam*, 24(3), 113–124. <https://doi.org/10.5937/turizam24-25540>
- Asdar, & Badrullah. (2016). Method of Successive Interval in Community Research (Ordinal Transformation Data to Interval Data in Mathematic Education Studies). *Print) International Journal of Social Science and Humanities Research*, 4(2), 356–363. www.researchpublish.com
- Astutie, C. S. A. (2018). *Pengaruh Servicescapeterhadap Customer Satisfaction di Hotel Aryaduta Bandung (Survei terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel Aryaduta Bandung)*. 1–26.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57–71. <https://doi.org/10.2307/1252042>
- Caron, J., & Markusen, J. R. (2016). *Pengaruh Servicescape dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Trans Studio Bandung*. 1(April), 1–23.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. In *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology*. (Fifth Edit). Sage.
- Firmansyah, M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). In *Cv Budi Utama* (1st ed., Vol. 5, Issue september). Deepublish. https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data*

- Analysis. In *Australia : Cengage: Vol. 7 edition* (p. 758). Pearson Prentice Hall.
- Halim, F., Zukhruf Kurniullah, A., Butarbutar Efendi, M., Sudarso, A., Purba, B., Sisca, D. L., Hengki Mangiring Permadi, P. S. L. A., & Novela, V. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa. In R. Watrionthos (Ed.), *Manajemen Pemasaran Jasa* (1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Hightower, Roscoe & Mohammad, & Shariat, M. (2009). *Servicescape's Hierarchical Factor Structure*. *Global Review of Business and Economic Research Journal*. 5. 375-398. 381.
https://www.researchgate.net/publication/236671197_Servicescape's_Hierarchical_Factor_Structure
- Hightower, R. (2010). *Commentary on conceptualizing the servicescape construct in "A study of the service encounter in eight countries."* 76–86.
https://www.researchgate.net/publication/236670719_Commentary_on_conceptualizing_the_servicescape_construct_in_'A_study_of_the_service_encounter_in_eight_countries'
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (1999). *Principles of Marketing* (eighth, Issue 112). Prentice Hall Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & W. Hardani (eds.); Thirteenth). Penerbit Erlangga.
- Kuswandi, N. (2011). *Pelaksanaan bauran pemasaran dan pengaruhnya terhadap ekuitas merek serta implikasinya terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan bakery PT.Jesslyn K Cakes Indonesia cabang Bandung*. 16–115.
<http://repository.unikom.ac.id/id/eprint/17692>
- Liyani, D. M., Kusumah, A. H. G., & Rosita, R. (2018). Pengaruh Servicescape Terhadap Customer Delight Pada Tamu Resort (Survey Pada Tamu yang Pernah Menginap di Resort). *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(1), 11–22. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i1.13471>
- Lolang, En. (2014). Hipotesis Nol dan Hipotesis Alternatif. *Jurnal Kip*, 3(3), 696.
- Manoppo, F. (2013). Kualitas Pelayanan, Dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gran Puri Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4),

1341–1348.

- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Volume*, 7(2), 113–125.
- Pangestu, V. (2022). *The effect of servicescape and service quality on customer satisfaction at Lim Kok Tong - Amir Hamzah branch, Medan*. <http://repository.uph.edu/id/eprint/49545>
- Ramadhaniati, S., Susanti, E., Wiwaha, A., & Tyas, I. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Jasa Forwarding. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business (IDEB)*, 1(1), 1–10. <https://ejournal.jic.ac.id/ideb/>
- Silva, R., Satrio, D., & Milasari, D. (2023). *Analisis Pengaruh Servicescape, Service Quality, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 1–9.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Statistika untuk Penelitian* (31st ed.). Alfabeta.
- Sulistiyawati, L. K. S. jurnal 1, & Sukmayani, N. P. I. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu di Sheraton Bali Kuta Resort*. 8, 1–9.
- Taviprawati, E., Artina Sembiring, V., & Tarigan, D. E. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Room Attendant Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Inter-Continental Jakarta Mid Plaza. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 24(1), 1–11.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. (1st ed.). Andi.
- Wakefield, K. L., & Blodgett, J. G. (1996). Environmental dimensions Holistic environment Internal responses Behavior. *Journal of Service Marketing*, 10(6), 45–61.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (K. Samsudin (ed.); Eighth). World Scientific Publishing Co. Inc. 27 Warren Street, Suite 401-402, Hackensack, NJ 07601, USA Head office: 5 Toh Tuck Link, Singapore 596224 UK office: 57 Shelton Street, Covent Garden, London WC2H 9HE. <https://epage.pub/doc/services-marketing-people-technology-strategy-jochen-wirtz-e-christopher-lovelock-yd9ej474gw>
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2018). *Essentials of Services Marketing* (Y. Das (ed.);

3rd ed.). Pearson Education Limited.

Yusuf Muri, A. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Four). Kencana.

Zaputera, H., Amri, & Radiansyah, A. (2019). The Effect of Product Quality, Service Quality, and Brand Image on Consumer Satisfaction which Impacts on Consumer Loyalty. *JEM: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 34–52. <https://journal.stiepertiba.ac.id/index.php/jem/article/view/79>

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (Sixth). McGraw-Hill Irwin.