

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *BRAND IMAGE* DI
GRAGE SANGKAN HOTEL & SPA KABUPATEN KUNINGAN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pariwisata Program Studi Manajemen Resort dan Leisure**

Universitas Pendidikan Indonesia



Disusun Oleh:

Widy Maharani

1605465

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT DAN LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2020**

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *BRAND IMAGE* DI GRAGE
SANGKAN HOTEL DAN SPA KUNINGAN**

Oleh:

Widy Maharani

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

©Widy Maharani 2020
Universitas Pendidikan Indonesia
Desember 2020

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

LEMBAR PENGESAHAN

Widy Maharani

NIM : 1605465

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *BRAND IMAGE* DI GRAGE
SANGKAN HOTEL DAN SPA KUNINGAN**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing,

Pembimbing I



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

NIP. 198712242014041001

Pembimbing II



Oce Ridwanudin, S.E., M.M.

NIP. 198104072010121002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure



Dr. Ahmad Hudaiby Galih Kusumah, S.ST.Par., M.M.

NIP. 198105222010121006

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP BRAND IMAGE DI GRAGE SANGKAN HOTEL DAN SPA KUNINGAN**” ini beserta seluruh isinya merupakan hasil karya sendiri. Sehingga tidak ada bagian yang mengandung unsur plagiat dari karya orang lain dan 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 resiko atau sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada pihak lain yang mengklaim terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, 2020

Yang Membuat Pernyataan,

Widy Maharani

NIM. 1605465

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan anugerah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *BRAND IMAGE* DI GRAGE SANGKAN HOTEL DAN SPA KUNINGAN”**, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata yang ditempuh dalam program studi S1 Manajemen Resort dan Leisure, Universitas Pendidikan Indonesia.

Ucapan terima kasih juga kepada seluruh dosen program studi Manajemen Resort dan Leisure dan seluruh dosen yang terlibat selama proses perkuliahan serta penyusunan skripsi ini hingga selesai. Terima kasih juga kepada orang tua, keluarga dan teman – teman yang selalu memberikan dukungan dan semangat baik selama proses perkuliahan hingga saat ini. Karena atas dukungan tersebut saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Permintaan maaf saya ucapkan apabila terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini baik dari sistematika maupun sudut pandang keilmuan. Kritik dan saran sangat terbuka untuk membuka diskusi dalam segi keilmuan dan prakteknya. Terakhir, saya berharap dapat memberikan manfaat dan perbaikan yang lebih baik untuk dimasa yang akan mendatang dalam bidang kepariwisataan.

Kuningan, Desember 2020

Penulis,

Widy Maharani

NIM. 1605465

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang baik secara langsung maupun tidak langsung telah banyak membantu dan mendukung saya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya mampu menyelesaikan penelitian ini.
2. Kepada keluarga saya Bapak Ayum Rachman dan Ibu Imas Komaraningsih selaku orang tua kandung saya yang telah memberikan segala dukungannya. Wiby Ayum Rachman, Marimby Putri, dan Rimelda Putri selaku kakak dan adik-adik saya yang sudah memberikan dukungannya.
3. Kepada Rury Nurul Ramadhini dan Calvin Bagaskara Iskandar selaku sepupu terdekat yang juga selalu memberikan dukungannya selama proses pengerjaan penelitian ini.
4. Kepada Bapak Prof. Dr. M. Solehuddin M.Pd., M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Kepada Bapak, Dr. A.H. Galih Kusumah, ST.Par., M.M. selaku Ketua Prodi Manajemen Resort dan Leisure yang telah memberikan dukungannya.
6. Kepada Bapak Reiza Miftah, selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pemikirannya dan telah sabar dalam membimbing penulis di tengah kesibukannya. Terima kasih atas saran dan dukungannya. Terima kasih atas ilmu dan inspirasinya.
7. Kepada Bapak Oce Ridwanudin, selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pemikirannya dan telah sabar dalam membimbing saya di tengah kesibukannya. Terima kasih atas saran dan dukungannya. Terima kasih atas ilmu dan inspirasinya.
8. Kepada seluruh dosen dan staff Prodi MRL yang telah membantu dalam segala urusan selama perkuliahan.
9. Kepada Bapak Abdul selaku HRD di Grage Sangkan Hotel dan SPA Kuningan yang telah memberikan izin penelitian dan informasinya.
10. Kepada Intan Permatasari, Fashelna Fauqa, Allya Fitriani, Fitria Nur Anggraeni dan Rino Sugiyanto dan teman-teman lainnya di MRL yang telah memberi semangat dan dukungannya.

11. Kepada teman-teman terdekat saya Gelsha, Michelle, Putri, Rifana, Salsa, Dianti, Revi, Bunga, Ainun, Aulia, dan Nabila yang selalu mendukung dan memberi semangat dalam proses perkuliahan dan penyelesaian penelitian ini.
12. Kepada teman-teman *On The Job Training* di Aston Cirebon Hotel, Nafilla, Naomi, Dwi, Ita, Marin dan Indah. Terima kasih atas bantuan dan bimbingan selama proses *On The Job Training* hingga dukungan atas penyusunan penelitian ini.

Ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak dalam disebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala dukungan, pesan dan kesan serta pembelajaran hidup yang sangat membantu selama proses perkuliahan hingga proses penelitian ini. Semoga Allah SWT selalu melindungi dan memberikan rahmat-Nya atas segala kebaikan yang telah dilakukan.

Kuningan, Desember 2020

Widy Maharani

ABSTRAK

Widy Maharani, 1605465, “Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Brand Image* di Grage Sangkan Hotel dan SPA Kuningan” di bawah bimbingan Reiza Miftah, S.ST., M.Sc. dan Oce Ridwanudin, SE., MM.

Dalam beberapa tahun terakhir ini, pertumbuhan sektor pariwisata di Kabupaten Kuningan meningkat secara signifikan. Hal ini menyebabkan permintaan akan akomodasinya pun semakin meningkat. Oleh karena itu, mulai berdiri hotel-hotel baru. Dalam beberapa tahun terakhir telah berdiri 2 hotel bintang 3 yang menjadi pesaing utama dengan objek dalam penelitian ini yaitu Grage Sangkan Hotel dan SPA Kuningan. Dikutip dari *traveloka.com*, terdapat beberapa pengunjung yang memberikan ulasan kurang baik serta komplain mengenai hotel ini. Selain itu, popularitas hotel ini pun saat ini dianggap masih kurang terutama bagi tamu hotel dari luar kota. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti pengaruh *service quality* terhadap *brand image* di Grage Sangkan Hotel dan SPA Kuningan. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif-inferensia dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan data yaitu dengan *quota sampling* dan ditentukan sebanyak 100 responden. Kemudian menggunakan teknik analisis data regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *service quality* dari 5 dimensi yaitu *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* dengan skor tertinggi yaitu pada dimensi *tangible* dan skor terendah yaitu pada dimensi *assurance*. Untuk variabel *brand image* di Grage Sangkan Hotel dan SPA Kuningan berada dalam kategori baik, dengan indikator terendah yaitu pada keunikan asosiasi merk. Penelitian ini menunjukkan bahwa *service quality* berpengaruh sebesar 72,9% terhadap *brand image*, sisanya 27,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: *Service Quality*, *Brand Image*, dan Grage Sangkan Hotel dan SPA Kuningan

ABSTRACT

Widy Maharani, 1605465, “The Influence of Service Quality Towards Brand Image in Grage Sangkan Hotel and SPA Kuningan” under the guidance of Reiza Miftah, S.ST., M.Sc. and Oce Ridwanudin, SE., MM.

In these few years, the growth of the tourism sector in Kuningan has increased significantly. This causes the demand for accommodation to increase. Therefore, new hotels also started to grow. In the last few years, two 3-star hotels have been established which are the main competitors with the objects in this study, Grage Sangkan Hotel and SPA Kuningan. Quoted from traveloka.com, there were several visitors who gave unfavorable reviews and complaints about this hotel. In addition, the popularity of this hotel is currently considered lacking, especially for hotel guests from outside the city. This research was conducted to examine the influence of service quality on the brand image at Grage Sangkan Hotel and SPA Kuningan. This research was conducted using descriptive - inferentia methods and quantitative approaches. The technique of collecting data is using quota sampling and determined as 100 respondents. Then using multiple linear regression data analysis techniques. The result of this research shows that service quality consists of 5 dimensions, namely tangibility, reliability, responsiveness, empathy and assurance with the highest score on the tangible dimension and the lowest score on the assurance dimension. The brand image variables in Grage Sangkan Hotel and SPA Kuningan are in the good category, with the lowest indicator being the uniqueness of the brand association. This research shows that service quality affects 72.9% of brand image, the remaining 27.1% is influenced by other factors which are not examined in this study.

Keywords: *Service Quality, Brand Image, and Grage Sangkan Hotel dan SPA Kuningan*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN TEORITIS	Error! Bookmark not defined.
2.1 Pengertian Hotel.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Konsep dan Definisi Jasa	Error! Bookmark not defined.
2.3 Definisi dan Perspektif Kualitas.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 <i>Service Quality</i>	Error! Bookmark not defined.
2.5 <i>Brand Image</i>	Error! Bookmark not defined.
2.6 Reputasi Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
2.7 Hasil Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.8 Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
2.9 Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Lokasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.

3.2.1	Variabel Bebas (<i>Independent</i>).....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2	Variabel Terikat (<i>Dependent</i>)	Error! Bookmark not defined.
3.2.3	Skala Pengukuran Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3	Metode dan Desain Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.4	Populasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.5	Sampel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.6	Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.8	Uji Pengembangan Instrumen	Error! Bookmark not defined.
3.8.1	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.8.2	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.9	Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.9.1	Analisis Data Deskriptif-Inferensia	Error! Bookmark not defined.
3.9.2	<i>Method Success Interval</i> (MSI).....	Error! Bookmark not defined.
3.9.3	Analisis Data Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
3.9.4	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3.9.5	Koefisien Determinasi.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1	Profil Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.2	Profil Responden Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Karakteristik berdasarkan jenis kelamin	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Karakteristik berdasarkan usia	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Karakteristik berdasarkan pekerjaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.4	Karakteristik berdasarkan asal daerah.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.5	Karakteristik berdasarkan tujuan berkunjung	Error! Bookmark not defined.
4.2.6	Karakteristik Berdasarkan Jumlah Penghasilan Per Bulan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.7	Pertama kali mengenal Grage Sangkan Hotel dan Spa Kuningan Melalui.....	Error! Bookmark not defined.
4.3	Persepsi responden mengenai <i>Service Quality</i> di Grage Sangkan Hotel dan Spa Kuningan.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	<i>Tangible</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	<i>Reliability</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	<i>Responsiveness</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.4	<i>Assurance</i>	Error! Bookmark not defined.

4.3.5	<i>Empathy</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.6	Rekapitulasi <i>Service Quality</i>	Error! Bookmark not defined.
4.4	Persepsi responden mengenai Brand Image Grage Sangkan Hotel dan SPA Kuningan	Error! Bookmark not defined.
4.4.1	Persepsi Responden Mengenai Indikator Keunggulan Asosiasi Merk (<i>Favorability of Brand Association</i>).....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2	Persepsi Responden Mengenai Indikator Kekuatan Asosiasi Merk (<i>Strength of Brand Association</i>).....	Error! Bookmark not defined.
4.4.3	Persepsi Responden Mengenai Indikator Keunikan Asosiasi Merk. (<i>Uniqueness of Brand Association</i>).....	Error! Bookmark not defined.
4.4.4	Rekapitulasi Persepsi Responden Mengenai <i>Brand Image</i> Grage Sangkan Hotel dan SPA Kuningan.....	Error! Bookmark not defined.
4.5	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	Error! Bookmark not defined.
4.5.1	Hasil Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
4.5.1.1	Hasil Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.1.2	Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
4.5.1.3	Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
4.5.1.4	Uji Autokorelasi	Error! Bookmark not defined.
4.5.1.5	Uji Regresi Linear Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.2	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.5.2.1	Uji T (Parsial).....	Error! Bookmark not defined.
4.5.2.2	Uji Simultan (Uji F)	Error! Bookmark not defined.
4.5.2.3	Uji Koefisien Determinasi.....	Error! Bookmark not defined.
4.6	Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
SIMPULAN DAN REKOMENDASI	Error! Bookmark not defined.
5.1	Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2	Rekomendasi.....	Error! Bookmark not defined.
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Kunjungan Wisatawan Kabupaten Kuningan 2016-2019</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1. 2 <i>Data Perkembangan Hotel Kabupaten Kuningan 2015-2019</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1. 3 <i>Ulasan Hotel Bintang 3 di Kuningan Berdasarkan Situs Traveloka</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1. 4 <i>Tabel polling reviews dan ulasan</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1. 5 <i>Tanggapan Manajemen Terhadap Review Tamu</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2. 1 <i>Hasil Penelitian Terdahulu</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1 <i>Skala Penelitian</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2 <i>Operasionalisasi Variabel</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 3 <i>Hasil Coba Uji Validitas Service Quality</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 4 <i>Hasil Uji Coba Validitas Brand Image</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 5 <i>Hasil Uji Reliabilitas Service Quality</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 6 <i>Uji Reliabilitas Brand Image</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 <i>Persepsi responden mengenai Tangibility dalam Service Quality di Grage Sangkan Hotel dan SPA Kuningan</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 <i>Persepsi responden mengenai Reliability dalam Service Quality di Grage Sangkan Hotel dan SPA Kuningan</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 <i>Persepsi responden mengenai Responsiveness dalam Service Quality di Grage Sangkan Hotel dan SPA Kuningan</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 <i>Persepsi responden mengenai Assurance dalam Service Quality di Grage Sangkan Hotel dan SPA Kuningan</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5 <i>Persepsi responden mengenai Empathy dalam Service Quality di Grage Sangkan Hotel dan SPA Kuningan</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 <i>Rekapitulasi persepsi responden mengenai Service Quality di Grage Sangkan Hotel dan SPA Kuningan</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7 <i>Persepsi responden mengenai Favorability of Brand Association di Grage Sangkan Hotel dan SPA Kuningan</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8 <i>Persepsi responden mengenai Strength of Brand Association di Grage Sangkan Hotel dan SPA Kuningan</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9 <i>Persepsi responden mengenai Uniqueness of Brand Association di Grage Sangkan Hotel dan SPA Kuningan</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10 <i>Rekapitulasi persepsi responden mengenai Brand Image di Grage Sangkan Hotel dan SPA Kuningan</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 11 <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 12 <i>Uji Multikolinearitas</i>	Error! Bookmark not defined.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 14 Uji Autokorelasi.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Berganda	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 16 Hasil Uji T (Parsial).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 17 Hasil Uji hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 17 Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. 1 Hasil Pencarian Google Hotel Kuningan Jabar.... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 1 Grage Sangkan Hotel dan SPA Kuningan **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 2 Pengaruh Sub-Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 5 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Menginap **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 6 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan Per Bulan **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 7 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pertama Kali Mengenal Hotel **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 8 Histogram Hasil Uji Normalitas **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 9 Hasil Uji Normalitas P-Plot **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 10 *Scatterplot* Uji Asumsi Heteroskedastisitas **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat*. (n.d.). Retrieved 6 12, 2020, from www.jabar.bps.go.id: <https://jabar.bps.go.id/>
- Bappeda Prov. Jabar. (2017). *Destinasi Wisata Kelas Dunia Provinsi Jawa Barat*. Retrieved May 03, 2020, from bappeda.jabarprov.go.id: <http://bappeda.jabarprov.go.id/wp-content/uploads/2017/03/Destinasi-Wisata-Kelas-Dunia-Provinsi-Jawa-Barat.pdf>
- Brahmana, R. K., & Beatrice, C. H. (2014). Pengaruh Brand Identity Terhadap Timbulnya Brand Preferences & Purchase Intention Pada Merk Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran Patra Vol. 2, No. 1*, 1 - 11.
- C.Gregorius, F. T. (2016). *Service quality and satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Dimiyati, A. S. (1989). Pengetahuan Dasar Perhotel. In A. S. Dimiyati, *Pengetahuan Dasar Perhotelan* (p. 33). Jakarta: CV. Deviri Ganan.
- Fadila, D., & Zainal Ridho, S.L. (2013). *Perilaku Konsumen*. Palembang: CV Citra Books Indonesia
- Fitzsimmons, J. A., & Sullivan, R. S. (1982). *Service Operations Management*. New York: McGraw-Hill.
- Garvin, D. A. (1988). *Managing Quality*. New York: The Free Press.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Halim, B. C., & Brahmana, R. K. (2014). Pengaruh Brand Identity Terhadap Timbulnya Brand Preferences dan Purchase Intention Pada Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran Patra Vol. 2, No. 1*, 1-11.
- Hadi, S., Gunawan, I., & Delle, J. (2018). *Statistika Inferensial Teori dan Aplikasinya*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Harianto, D., & Subagio, A. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Dan Atmosfer Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Konsumen Kedai Deja- Vu Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1, No. 1*, 1-8.
- Johns, N. (1999). What is This Thing Called Service? *European Journal of Marketing, Vol. 33, No. 9/10*, 958-973.
- Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2012). *Marketing Manajemen*. Jakarta: Erlangga.

- kuningankab.go.id. (n.d.). Retrieved 04 6, 2020, from <https://www.kuningankab.go.id/berita/pertumbuhan-ekonomi-di-kuningan-cukup-pesat>
- Lewis, R. C., & Booms, B. H. (1983). The Marketng Aspects of Service Quality, in Berry, L.L, G. Shostack, and G. Upah (eds.). *Emerging Perspectives in Service Marketing*, 99-107.
- Lovelock, C., Patterson, P., & Walker, R. (2004). *Service Marketing: An Asia-Pasific and Australian Perspective*. Frenchs Forest: NSW: Pearson Education Australia.
- Mariana, H. (2019, January 10). *travel.kompas.com*. Retrieved April 6, 2020, from [kompas.com: https://travel.kompas.com/read/2019/10/03/132925027/menpar-cara-termudah-hasilkan-devisa-negara-adalah-lewat-pariwisata?page=all](https://travel.kompas.com/read/2019/10/03/132925027/menpar-cara-termudah-hasilkan-devisa-negara-adalah-lewat-pariwisata?page=all)
- Masdar, S., Asmorowati, S., & Irianto, J. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi Untuk Pelayanan Publik*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Muhidin, S. A. (2017). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian*. Surakarta: Pustaka Setia.
- Mustawan, A. (2019, March 20). *Government*. Retrieved May 03, 2020, from [kuninganmass.com: https://kuninganmass.com/government/kuningan-dikunjungi-4-002-124-wisatawan-ada-529-turis-asing/](https://kuninganmass.com/government/kuningan-dikunjungi-4-002-124-wisatawan-ada-529-turis-asing/)
- Nguyen Minh, Anh, P. C., Ha, N. T., & Matsui, Y. (2015). Service Quality and Customer Satisfaction: A Case Study of Hotel Industry in Vietnam. *Asian Social Science; Vol. 11, No. 10*, 73-85.
- Parasuraman. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Reasearch. *Journal of Marketing, Vol. 49, Fall*, 41-50.
- Philips, K. (1995). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kegunaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Primera, I. R. (2013). Pengaruh Service Quality Terhadap Keputusan Menginap Di Majesty Hotel Bandung (Survei Terhadap Tamu Individual Yang Menginap Di The Majesty Hotel Bandung) . *repository.upi.edu*.
- Putra, T. W., & Furuhiho, X. (2016). Hotel Bintang 4 di Kabupaten Kuningan. *Jurnal Ilmiah Desain Konstruksi, Vol. 15, No. 1*, 50-59.
- Raharjo, T. (2018, Desember 10). *Pemkab Kuningan Fokus Kembangkan Pariwisata*. Retrieved Mei 03, 2020, from [koran-jakarta.com: http://www.koran-jakarta.com/pemkab-kuningan-fokus-kembangkan-pariwisata/](http://www.koran-jakarta.com/pemkab-kuningan-fokus-kembangkan-pariwisata/)

- Rahmawati, L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Pada Hotel Bintang Empat di Kota Bandung.
- Rai Utama, I. B., & Mahadewi, N. E. (2012). *Metode Penelitian Pariwisata & Perhotelan*. Denpasar: CV. Andi.
- Riduwan. (2015). *Dasar - Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan, & Akdon. (2011). Rumus dan Data Dalam Aplikasi Statika. Bandung: Alfabeta.
- Sa'diyyah, S. (2015). Pengaruh Rasio Pasar Terhadap Harga Saham. 47.
- Saleem, H., & Raja, N. S. (2014). The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction, Customer Loyalty and Brand Image: Evidence from Hotel Industry of Pakistan. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 706-711.
- Sanusi, A. (2014). Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, N. K., Wibowo, L. A., & Ridwanudin, O. (2014, April). UPAYA MENCIPTAKAN CUSTOMER DELIGHT MELALUI SERVICE EXCELLENCE. (*Survei terhadap Tamu SIP Member yang Menginap di Hotel Santika Siligita Nusa Dua Bali*), pp. 783 - 792.
- Sudarma, K. (2012). Mencapai Sumber Daya Manusia Unggul (Analisis Kinerja dan Kualitas Pelayanan). *Jurnal Dinamika Manajemen Vol. 3, No.1* , 76-83.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN* . Bandung: CV. Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2012). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Rosdakarya.
- Taniredja, T., & Mustafidah, H. (2012). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Tjiptono. (2005). *Brand Management and Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2007). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- traveloka.com* 2020. (n.d.). Retrieved 6 12, 2020, from Ulasan Grage Hotel Kuningan 2015 - 2020: <https://www.traveloka.com>
- tripadvisor.com*, 2020. (n.d.). Retrieved 6 13, 2020, from www.tripadvisor.com: <http://tripadvisor.co.id>
- Waluya, B., Ridwanudin, O., & Utami, W. D. (2019, March 27). Effect of E-Service Quality on the Intention to Reuse. pp. 789 - 799.
- Zamroni, M., & Handayani, I. G. (2005). Pentingnya Kualitas Pelayanan (Service Quality) dalam Memenuhi Kepuasan Masyarakat.
- Zeithaml, V., & Bitner, M. J. (2009). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. Boston: McGraw-Hill/Irwin.