

# **PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN KEPUTUSAN PENGUNAAN JASA OLAHRAGA**

*(STUDI PADA PENGGUNA SENKALING FITNESS CENTRE KECAMATAN DAU  
KABUPATEN MALANG)*

**Nurul Fa'izah, Siti Saroh, Ratna Nikih Hardati**

*Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam  
Malang, Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia  
LPPM Universitas Islam Malang, Jl. MT. Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia  
E-mail : [Nurulfaizah1306@gmail.com](mailto:Nurulfaizah1306@gmail.com)*

## **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial antara lokasi, harga, dan kualitas jasa terhadap keputusan penggunaan jasa olahraga (studi pada pengguna Sengkaling fitness centre Kecamatan Dau Kabupaten Malang). Sampel pada penelitian ini adalah pengunjung dan member di Sengkaling Fitness Centre yang berjumlah 60 orang. Dalam melakukan analisis data menggunakan regresi linier berganda, uji F dan uji t.*

*Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Lokasi, Harga, dan Kualitas Jasa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan, sedangkan berdasarkan pengujian secara parsial diketahui bahwa Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan, namun Lokasi dan Kualitas Jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan.*

Kata kunci: lokasi, harga, kualitas jasa, dan keputusan penggunaan

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect simultaneously and partially between location, price, and quality of services to the decision of the use of sport services (study on the user Sengkaling Fitness Centre Dau District Malang Regency). The sample in this research visitor and member in Sengkaling Fitness Centre which amounts to 60 people. In doing data analysis using multiple linear regression, F test and t test.*

*The results of this study indicate that the location, price, and quality of services simultaneously have a significant effect on the use decision, while based on partial test note that the Price does not effect the decision of use, but the Location and Quality of Services have a significant effect on the Use Decision*

Keywords: location, price, quality of services, and use decision..

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman, kesadaran seseorang mengenai menjaga kesehatan tubuh semakin meningkat, salah satunya adalah dengan cara berolahraga. Olahraga merupakan suatu aktivitas yang bertujuan untuk menjaga tubuh agar berada dalam kondisi sehat dan bugar. Salah satu jenis olahraga untuk memelihara kesehatan tubuh dengan nyaman dan tidak membosankan dapat diperoleh dengan menerapkan program latihan kebugaran, yaitu dengan berolahraga *fitness*.

Perkembangan tempat *fitness* yang semakin meningkat dimasa sekarang, membuat banyak orang tertarik untuk datang ke tempat ini, mulai dari kalangan remaja hingga lansia, laki-laki maupun perempuan tertarik ketempat ini. Ketersediaan tempat *fitness* yang semakin banyak dan berkembang, hal ini memicu persaingan dalam membuka peluang bisnis sebagai penyedia jasa tempat *fitness*.

Berjalan dengan sukses atau tidaknya suatu tempat *fitness centre* salah satunya disebabkan oleh seberapa strategisnya pemilihan lokasi, karena jarak tempuh yang strategis akan sangat membantu pengunjung atau *member* untuk dapat menjangkau tempat *fitness* tersebut.

Jasa olahraga *fitness centre*, bukan hanya dilihat dari segi strategis tidaknya suatu lokasi saja, tetapi juga dilihat dari penetapan harga yang efektif dan efisien. Melihat dari segi pemasaran harga sangat penting, karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk atau jasa.

Penetapan harga merupakan komponen dalam pemasaran yang perlu diperhatikan, begitu juga dengan kualitas jasa yang diberikan oleh penyedia jasa olahraga *fitness centre* juga harus dapat memenuhi harapan pengunjung atau *member*. Konsumen akan memutuskan untuk menggunakan jasa jika kualitas jasa yang diberikan oleh penyedia jasa telah memenuhi harapan atau keinginannya.

Semakin bertambah banyaknya *fitness centre*, semakin besar persaingan yang dihadapi para pengelola gym untuk selalu berkreasi dan memperbaiki kualitas jasa yang diberikan agar dapat menambah dan mempertahankan pelanggan yang ada. Hal ini didasarkan pada bukti berdirinya

beberapa *fitness centre* di Kabupaten Malang, yang dapat dilihat pada Tabel I berikut ini:

**Tabel I**  
**Jumlah Tempat *Fitness* dan GYM di Kabupaten Malang**

No.	Keterangan Kawasan	Jumlah
1.	Bululawang	1 Tempat
2.	Dampit	1 Tempat
3.	Dau	2 Tempat
4.	Donomulyo	1 Tempat
5.	Gondanglegi	1 Tempat
6.	Karangploso	1 Tempat
7.	Kepanjen	2 Tempat
8.	Lawang	2 Tempat
9.	Pangellaran	1 Tempat
10.	Pakisaji	1 Tempat
11.	Sumber Manjing Weatan	1 Tempat
12.	Tumpang	1 Tempat
13.	Turen	1 Tempat
14.	Wagir	1 Tempat
15.	Wajak	1 Tempat
TOTAL		17 Tempat

Sumber: data dari google yang telah diolah 2018

Tabel 1 merupakan jumlah tempat *fitness* dan *GYM* yang berada di kawasan Kabupaten Malang dengan jumlah keseluruhan adalah 17 tempat, itu artinya keberadaan tempat *fitness* di Kabupaten Malang, sangat berkembang. Konsumen dalam mengambil keputusan akhir untuk memilih tempat *fitness* dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain lokasi, harga dan kualitas jasa. Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan tempat *fitness* sebagai tempat untuk berolahraga di Sengkaling *Fitness Centre*.

Atas dasar uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk menyusun penelitian tentang “Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Jasa terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Olahraga (Studi pada Pengguna Sengkaling *Fitness Centre* Kecamatan Dau Kabupaten Malang)”.

### Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh:

1. Lokasi terhadap keputusan penggunaan jasa olahraga Sengkaling *Fitness Centre*.

2. Harga terhadap keputusan penggunaan jasa olahraga Sengkaling *Fitness Centre*.
3. Kualitas Jasa terhadap keputusan penggunaan jasa olahraga Sengkaling *Fitness Centre*.
4. Lokasi, Harga, dan Kualitas Jasa secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan penggunaan jasa olahraga Sengkaling *Fitness Centre*.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Jasa (*Service*)

Menurut Payne, jasa merupakan suatu kegiatan yang memiliki berbagai unsur ketakberwujudan (*intangibility*) yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

### Lokasi

Menurut Lupiyoadi, lokasi yaitu keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan.

### Harga

Menurut Tjiptono, dilihat dari sudut pandang pemasaran harga merupakan suatu moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan barang atau jasa.

Menurut Lupiyoadi, Kegiatan penetapan harga memainkan peran penting dalam proses bauran pemasaran, karena penetapan harga terkait langsung dengan *revenue* yang diterima oleh perusahaan.

### Kualitas Jasa

Menurut Lupiyoadi kualitas produk atau jasa adalah sejauh mana produk/jasa memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi.

### Keputusan Pembelian Pada Produk Atau Jasa

Konsumen dalam melakukan pembelian produk atau jasa biasanya mengikuti pola umum sebagai berikut: pengenalan masalah (*Need Recognition*), pencarian informasi (*Information Search*)' mengevaluasi alternatif (*Evaluation of Alternative*), keputusan pembelian (*Purchase*), dan perilaku setelah pembelian (*Post*

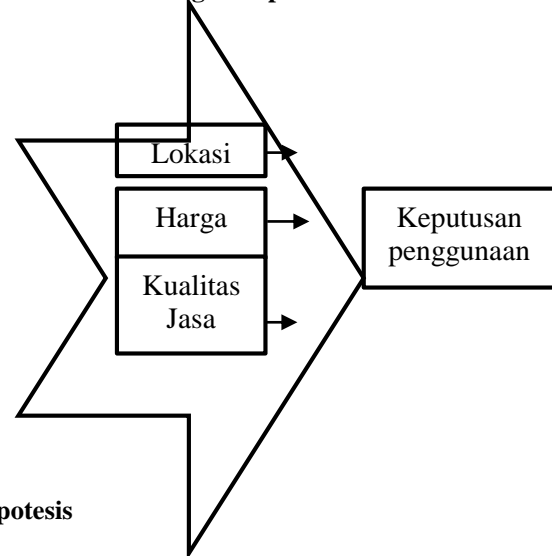
*Purchase Behaviour*), Kotler and Keller, dalam buku Indrawati.

### Kerangka Hipotesis

Berdasarkan dengan tujuan penelitian dan kajian teori yang sudah dijelaskan diatas, mengenai variabel lokasi, harga dan kualitas jasa berpengaruh terhadap keputusan penggunaan, maka kerangka model hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1

### Kerangka Hipotesis



### Hipotesis

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Diduga Lokasi (X1) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Olahraga Sengkaling *Fitness Centre* (Y).
2. Diduga Harga (X2) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Olahraga Sengkaling *Fitness Centre* (Y).
3. Diduga Kualitas Jasa (X3) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Olahraga Sengkaling *Fitness Centre* (Y).
4. Diduga Lokasi (X1), Harga (X2) dan Kualitas Jasa (X3) terdapat pengaruh yang simultan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Olahraga Sengkaling *Fitness Centre* (Y).

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena dengan menggunakan data-data

numerik kemudian dianalisis yang umumnya menggunakan statistik, Muins dalam Suharsaputra.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung dan *member* yang masih aktif di Sengkaling *Fitness Centre*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 responden. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data dikumpulkan dengan menggunakan angket yang kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa data yang diperoleh adalah layak unuk diuji. Nilai koefisien korelasi tertinggi pada masing-masing item untuk variabel lokasi (X1) adalah 0,661 dan nilai terendah adalah 0,378. Nilai koefisien korelasi tertinggi pada masing-masing item untuk variabel harga (X2) adalah 0,828 dan nilai terendah adalah sebesar 0,592. Nilai koefisien korelasi tertinggi pada masing-masing item untuk variabel kualitas jasa (X3) adalah 0,845 dan nilai terendah adalah sebesar 0,401. Nilai koefisien korelasi tertinggi pada masing-masing item untuk variabel keputusan penggunaan (Y) adalah 0,837 dan nilai terendah adalah sebesar 0,542. Semua hasil dari uji validitas menunjukkan bahwa nilai  $r$  hitung > dari  $r$  tabel (0,025) sehingga dinyatakan valid. Reliabilitas diketahui pada variabel  $X1= 0,396$ ;  $X2= 0,737$ ;  $X3= 0,779$ ;  $Y= 0,819$ ; semua hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai  $r$  hitung >  $r$  tabel (0,025) sehingga dinyatakan reliabel.

## PEMBAHASAN PENELITIAN

### Profil Sengkaling *Fitness Centre*

Sengkaling *Fitness Centre* merupakan tempat olahraga *fitness* yang berada di dalam kawasan Taman Rekreasi Sengkaling, pada saat masih dikelola oleh PT. Taman Bentoel tempat olahraga *fitness* ini hanya di peruntukkan untuk para pegawai atau karyawan PT. Bentoel, namun seiring perkembangannya tempat *fitness* ini dibuka untuk masyarakat umum. Sejak bulan Mei 2013, telah diambil alih pengelolaannya oleh Universitas Muhammadiyah Malang (UMM).

Sengkaling *Fitness Centre* menyediakan sarana olahraga *fitness* yang mempunyai berbagai fasilitas seperti olahraga *fitness*, senam aerobik, dan juga tempat sauna.

Penelitian ini menunjukkan terdapat 34 orang responden laki-laki dan 26 orang responden perempuan. Diketahui usia dominan responden dalam penelitian ini adalah usia 19 sampai dengan 24 tahun. Penelitian ini juga menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jarak tempuh yang paling dominan

adalah responden dengan jarak tempuh 1 sampai dengan 4 km menuju Sengkaling *Fitness Centre*.

### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel II**  
**Hasil Analisis Regresi Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	4,925	6,280		,784	,436
lokasi	,406	,160	,302	2,528	,014
harga	,343	,257	,166	1,334	,188
kualitas_jasa	,281	,124	,273	2,266	,027

a. Dependent Variable: keputusan\_penggunaan

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan Tabel II diatas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 4,925 + 0,406X_1 + 0,343X_2 + 0,281X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

$Y =$  Variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan penggunaan yang nilainya diprediksi oleh variabel bebas yang terdiri dari lokasi, harga, dan kualitas jasa.

$a =$  4,925 merupakan nilai konstanta, yaitu nilai estimasi dari keputusan penggunaan, jika variabel bebas terdiri dari lokasi, harga, dan kualitas jasa diasumsikan nol maka keputusan penggunaan jasa akan bernilai 4,925.

$X_1 =$  0,406 merupakan besarnya kontribusi variabel lokasi yang mempengaruhi keputusan penggunaan. Jika ada penambahan variabel lokasi sebesar satu

satuan maka akan meningkatkan variabel keputusan penggunaan sebesar 0,406

X2= 0,343 merupakan besarnya kontribusi variabel harga yang mempengaruhi keputusan penggunaan. Jika ada penambahan variabel satu satuan maka akan meningkatkan variabel keputusan penggunaan sebesar 0,343.

X3= 0,281 merupakan besarnya kontribusi variabel kualitas jasa yang mempengaruhi keputusan penggunaan. Jika ada penambahan variabel kualitas jasa satu satuan maka akan meningkatkan variabel keputusan penggunaan sebesar 0,281.

### Uji F (Uji Simultan)

**Tabel III**  
**Hasil Uji F (Simultan)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	146,041	3	48,680	7,317	,000 <sup>b</sup>
Residual	372,559	56	6,653		
Total	518,600	59			

a. Dependent Variable: keputusan\_penggunaan

b. Predictors: (Constant), kualitas\_jasa, lokasi, harga

Sumber: Output SPSS

Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan nilai f hitung dengan f tabel. Nilai f tabel dapat ditentukan dengan cara sebagai berikut:

a = 0,05 (5%)

F tabel = F(k ; n-k) = F (3 ; 60-3) = F (3 ; 57) = 2,77

Berdasarkan perhitungan f tabel di atas didapatkan nilai f tabel sebesar 2,77 dilihat dari tabel distribusi nilai f tabel. Dari Tabel III menunjukkan bahwa f hitung adalah 7,317, artinya nilai f hitung 7,317 > 2,77 dan nilai signifikan 0,000 < 0,005 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas lokasi, harga, dan kualitas jasa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

### Uji t (Uji Parsial)

Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Nilai t tabel ditentukan dengan cara sebagai berikut:

$$t \text{ tabel} = t \left( \frac{\alpha}{2; n-k-1} \right) = t \left( \frac{0,05}{2; 60-3-1} \right)$$

$$= t (0,025; 56) = 2,003$$

Adapun uji t dapat dilihat pada Tabel IV sebagai berikut:

**Tabel IV**  
**Hasil uji t (Uji Parsial)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,925	6,280		,784	,436
lokasi	,406	,160	,302	2,528	,014
harga	,343	,257	,166	1,334	,188
kualitas_jasa	,281	,124	,273	2,266	,027

a. Dependent Variable: keputusan\_penggunaan

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil analisis regresi yang ada pada tabel IV di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel (2,258 > 2,003) dengan taraf signifikan (0,014 < 0,05), maka Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa olahraga Sengkaling *Fitness Centre*.

Berdasarkan hasil analisis regresi yang ada pada tabel 4.13 di atas diperoleh nilai t hitung < t tabel (1,334 < 2,003) dengan taraf signifikan (0,118 > 0,005), maka Ho diterima dan Ha ditolak. Sehingga berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan penggunaan jasa olahraga Sengkaling *Fitness Centre*.

Berdasarkan hasil analisis regresi yang ada pada tabel 4.13 di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel (2,266 > 2,003) dengan taraf signifikan (0,027 < 0,05), maka Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas jasa (X3) secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat keputusan penggunaan jasa olahraga Sengkaling *Fitness Centre*.

## Koefisien Determinasi

**Tabel V**  
**Nilai Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,531 <sup>a</sup>	,282	,243	2,579

a. Predictors: (Constant), kualitas\_jasa, lokasi, harga

b. Dependent Variable: keputusan\_penggunaan

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan pada Tabel V diatas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,282 (28,2%). Koefisien determinasi ini menunjukkan bahwa 28,2% keputusan penggunaan jasa olahraga Sengkaling *Fitness Centre* dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh lokasi, harga, dan kualitas jasa sedangkan sisanya yaitu (100% - 28,2% = 71,8%) keputusan penggunaan jasa olahraga Sengkaling *Fitness Centre* dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisis variabel lokasi secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat keputusan penggunaan. Hal itu diperoleh dari hasil pengujian uji parsial atau uji t, dengan nilai t hitung variabel lokasi sebesar 2,258 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  2,003, dan nilai Sig. 0,014 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas lokasi secara parsial atau sendiri-sendiri berpengaruh terhadap variabel terikat keputusan penggunaan.

Berdasarkan hasil analisis variabel harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan penggunaan. Hal itu diperoleh dari hasil pengujian uji parsial tau uji t, dengan nilai t hitung variabel harga sebesar 1,334 yang artinya  $t_{hitung} < t_{tabel}$

2,003 dan Sig. 0,188 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas harga secara parsial atau sendiri-sendiri tidak berpengaruh terhadap variabel terikat keputusan penggunaan.

Berdasarkan hasil analisis variabel kualitas jasa secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan penggunaan. Hal itu diperoleh dari hasil pengujian uji parsial tau uji t, dengan nilai t hitung variabel kualitas jasa sebesar 2,266 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  2,003 dan Sig. 0,27 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas kualitas jasa secara parsial atau sendiri-sendiri berpengaruh terhadap variabel terikat keputusan penggunaan.

Berdasarkan hasil analisis variabel lokasi, harga, dan kualitas jasa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hal ini diperoleh dari pengujian secara simultan menggunakan metode uji F. Hasilnya menunjukkan didapatkan nilai f hitung adalah 7,317, yang artinya nilai f hitung  $f_{hitung} > f_{tabel}$  2,77 dan nilai Sig. 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi, harga, dan kualitas jasa secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan penggunaan.

### Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya
  - a. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menilai faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan jasa misalnya faktor sosial, faktor keadaan dan faktor-faktor lainnya.
  - b. Menambah variabel-variabel independen lain misalnya iklan, promosi, vasilitas, dan sebagainya
  - c. Memperluas wilayah populasinya atau menambah sampel penelitian maka akan menghasilkan hasil penelitian yang semakin *representative* atau tepat.
  - d. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam penelitian selanjutnya seperti metode kualitatif sehingga informasi yang disajikan dapat bervariasi.
2. Bagi perusahaan
  - a. Penyedia jasa selalu berusaha memperbaiki lokasi, harga, dan kualitas jasa sehingga pengguna jasa akan semakin tertarik untuk memilih menggunakan jasa olahraga Sengkaling *Fitness Centre*.
  - b. Penyedia jasa memberikan kotak saran di dalam tempat *fitness*, tujuannya supaya

- pengguna jasa bisa menyampaikan penilaian terhadap Sengkaling *Fitness Centre*, sebagai bahan evaluasi perusahaan.
- c. Hasil penelitian ini hendaknya dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan oleh Sengkaling *Fitness Centre* dalam usaha memunculkan keputusan penggunaan jasa, serta digunakan sebagai bahan dalam pengembangan usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

<https://www.google.co.id/search?q=tempat+fitness+kecamatan&aq>

- Indrawati, dkk. 2017. *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Lupiyoadi , Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi , Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Payne , Adrian. 2000. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Suharsaputra, Uhar. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Tjiptono, Fandy .1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- [www.wisata-sengkaling.com](http://www.wisata-sengkaling.com)