

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN BERKUNJUNG DI NOURA GUEST HOUSE SYARIAH DI KOTA MALANG

Cholila, Dewi Diah, Cholid Mawardi

deliluuuu@gmail.com

Universitas Islam Malang

ABSTRAK

Dalam riset ini, tujuannya untuk mengetahui dampak variabel independen (kualitas pelayanan, fasilitas, dan promosi) pada variabel dependen (kepuasan kunjungan) di Noura Guest House Syariah Kota Malang. Sampel riset terdiri dari 100 pengunjung yang mengisi kuesioner dengan skala Likert untuk mengukur persepsi mereka pada variabel-variabel yang diteliti. Berdasarkan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS, hasil riset menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas, dan promosi berdampak positif dan signifikan pada kepuasan kunjungan di Noura Guest House Syariah Kota Malang. Kualitas layanan memiliki dampak yang sangat positif dan signifikan pada kepuasan kunjungan, sedangkan fasilitas dan promosi memiliki dampak yang positif dan signifikan pada kepuasan kunjungan.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Promosi, Kepuasan*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Service Quality, Facilities and Promotion on Visiting Satisfaction at Noura Guest House Syariah in Malang City. This type of research is quantitative survey research. In this study, the sample taken was 100 visitors to Noura Guest House Syariah Malang. This study used quantitative data and the method of collection using questionnaires and measured with a Likert scale. The analysis tool used is multiple linear regression analysis using SPSS. The results of the study partially showed that: 1) Service Quality has a positive and significant effect on visiting satisfaction, 2) Facilities have a positive and significant effect on visiting satisfaction, 3) Promotion has a positive and significant effect on visiting satisfaction.

Keywords: *Quality of Service, Facilities, Promotion, Satisfaction*

PENDAHULUAN

Indonesia ialah suatu negeri yang mempunyai kemampuan cukup besar buat meningkatkan industri yang halal yang jadi tren dunia pada dikala ini. Perihal ini teruji dari prospek industri halal meningkat dan berkembang dari tahun ke tahun. Pasti saja, kemampuan yang besar ini ialah implikasi dari semakin banyak jumlah penduduk islam di Indonesia. Keberadaan warga muslim yang besar pula membuat minat terhadap industri halal terus menjadi besar. Industri halal mempunyai kedudukan yang lumayan strategis dalam tingkatan perekonomian serta telah sepatutnya industri halal dibesarkan di Indonesia. Indonesia mempunyai kemampuan wisata yang sangat besar sehingga kesempatan bisnis dalam penginapan pula terus menjadi besar. Dengan jumlah perkembangan penduduk muslim yang terus menjadi bertambah, pengelolaan bisnis syariah juga terus menjadi tumbuh pesat. Selaku contoh yakni guest house syariah, hotel, vila, serta penginapan yang lain. Guest house ialah usaha penginapan berskala kecil. Penginapan dengan tipe semacam ini banyak yang asalnya dari rumah individu yang setelah itu diganti jadi guest house. Guest House ini juga mulai banyak yang memakai konsep syariah. Dalam penelitian ini hendak memfokuskan pada standar usaha guest house syariah yang terletak di Kota Malang ialah Noura Guest House Syariah. Bisnis ini berbasis syariah ini ialah fenomena

baru, jadi belum terdapat ketentuan yang lebih rinci menimpa guest house syariah, sehingga periset melaksanakan riset dengan berpedoman pada hukum positif serta hukum Islam. Guest House Syariah ini ialah industri jasa yang memadukan antara produk serta layanan.

Kepuasan pelanggan sudah jadi konsep sentral dalam teori serta aplikasi pemasaran, dan jadi salah satu maksud untuk kegiatan bisnis. Bila kepuasan pembeli tercukupi, hingga pastinya hendak merangsang kembali rasa mau berkunjung serta bisa tingkatkan jumlah pelanggan yang baru. Dalam industri halal salah satunya Guest House, mutu pelayanan ialah salah satu gimana suatu Guest House bisa menarik pelanggan serta mempertahankan para pelanggan tersebut, dan pula bisa memastikan citra suatu penginapan di mata wisatawan.

Sarana ialah seluruh suatu yang mempermudah pengunjung di dalam perusahaan yang bergerak pada dibidang jasa, hingga seluruh sarana yang terdapat ialah keadaan sarana, kelengkapan, desain bidang dalamnya serta bidang luar dan kebersihan sarana wajib dicermati paling utama berhubungan erat dengan yang dialami ataupun didapatkan pengunjung secara langsung. Sarana pula ialah salah satu aspek yang sangat berarti, sebab dalam mendatangi tempat destinasi seorang hendak memandang terlebih dulu menimpa sarana apa saja yang ditawarkan.

Terakhir, promosi yang efektif juga harus mampu memberikan nilai tambah bagi para pengunjung. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan penawaran khusus, diskon, atau paket wisata yang menarik. Dengan memberikan nilai tambah yang nyata, para pengunjung akan merasa lebih puas dan kemungkinan akan kembali mengunjungi industri halal di masa yang akan datang.

Bersumber latar belakang masalah yang telah dijabarkan, peneliti ingin untuk riset judul **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN BERKUNJUNG DI NOURA GUEST HOUSE SYARIAH DI KOTA MALANG"**. Penelitian ini akan menjawab permasalahan: 1) Bagaimana Kualitas Pelayanan, Fasilitas serta Promosi berdampak Terhadap Kepuasan Berkunjung?; 2) Bagaimana Kualitas Pelayanan berdampak Terhadap Kepuasan Berkunjung?; 3) Bagaimana Fasilitas berdampak Terhadap Kepuasan Berkunjung?; 4) Bagaimana Promosi berdampak Terhadap Kepuasan Berkunjung?

KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Definisi Guest House

Menurut Arief (2005:14) Guest House Syari'ah ialah berasal dari dua kata, yakni guest house juga syari'ah, dapat disimpulkan dari kalimat diatas bahwa jenis akomodasi yang dipunyai sebuah perusahaan, instansi, yang diberikan kepada para tamu yang bermalam dan yang dapat fasilitas makanan, minuman juga pelayanan yang lain yang tersedia secara sederhana juga mirip dengan hotel, yakni tujuannya mencari sebuah keuntungan sesuai dengan Islam.

Kualitas Pelayanan

Menurut Rangkuti, (2006:3) mendefinisikan bahwa dalam kualitas pelayanan terdapat dimensi yang biasa disebut dengan *SERVQUAL* (*service quality*) hal ini juga dapat dikategorikan sebagai indikator dari kualitas pelayanan, macam-macam dimensi *SERVQUAL* sebagai berikut:

1. (Jaminan)
2. *Tangibels* (Bukti Langsung)
3. *Tanggapan*
4. *Kemampuan*

5. *Empathy* (Empati)

Fasilitas

Emmywati (2016:187) menyatakan fasilitas juga diartikan sebagai sarana penting suatu usaha suna menimbulkan minat kepuasan, memenuhi rasa butuh dan nyaman bagi konsumen. Dalam riset ini menggunakan metode penyebaran kuesioner dengan pengukuran skala likert lima point, adapun indikator fasilitas menurut Tjiptono (2014:46) adalah sebagai berikut :

1. Pilihan
2. hal yang diharapkan
3. Alat rumah
4. Cahaya
5. Unsur lainnya

Promosi

Bagi Setiadi(2019: 176) American Marketing Association(AMA) menuturkan kalau“ promosi penjualan ialah upaya pemasaran yang bertabiat benda serta non benda buat memicu coba- coba dari pelanggan, tingkatkan permintaan dari pelanggan ataupun buat membetulkan mutu produk”

Indikator promosi menurut Kotler dan Keller (2006:272) adalah sebagai berikut :

1. Suatu Promosi
2. Alat Promosi
3. Saat Promosi
4. Frekuensi Promosi

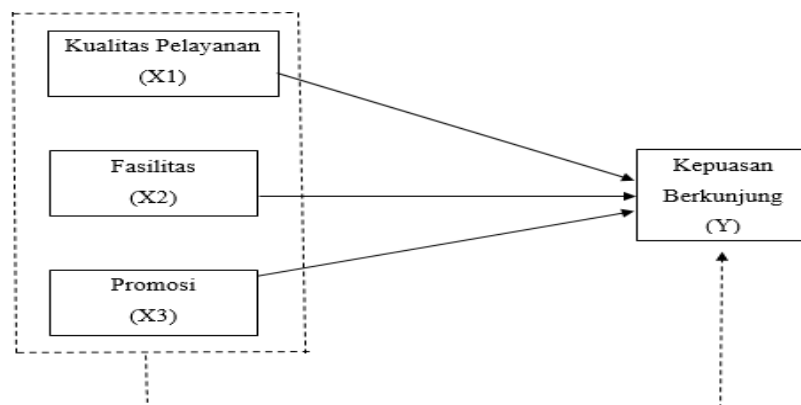
Kepuasan

Menurut Irawan (2008:37) kepuasan konsumen ditentukan dari performace produk dan jasa guna memenuhi harapan konsumen. konsumen merasakan kepuasan bila kenginannya terpenuhi atau puas jika harapan pelanggan terpenuhi.

Riset menggunakan metode penyebaran kuesioner pengukuran skala likert lima point, adapun indikator kepuasan menurut Tjiptono (2001:102) adalah sebagai berikut:

1. keinginan
2. minat datang lagi
3. Kesediaan mengajak

Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Keterangan :

-----► : Dampak secara simultan
—————► : Dampak secara parsial

Hipotesis Penelitian

H1 : Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Promosi berdampak pada kepuasan berkunjung di Noura Guest House Syariah Malang.

H2 : Kualitas Pelayanan berdampak terhadap kepuasan berkunjung di Noura Guest House Syariah Malang.

H3 : Fasilitas berdampak terhadap kepuasan berkunjung di Noura Guest House Syariah Malang.

H4 : Promosi berdampak terhadap kepuasan berkunjung di Noura Guest House Syariah Malang.

METODE PENELITIAN

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Data riset ini memakai jenis riset kuantitatif, menurut Sugiyono (2013:23) riset kuantitatif ialah riset berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. lokasi riset ialah Noura Guest House Syariah Malang yang berlokasi di Ruko Taman Niaga, Jl. Soekarno Hatta, Jatimulyo, Kec. Lowokwaru 65141 Malang. riset ini dilakukan di bulan Oktober 2022 – selesai.

Populasi dan Sampel

Kumpulan yang dipakai dalam riset ini ialah orang yang telah datang ke Noura Guest House Syariah Malang. Agar mendapatkan responden penulis menggunakan pendekatan *Purposive Sampling*. Maka peneliti menggunakan responden di riset ini sebanyak 100 sesuai dengan jumlah kuisioner yang telah diluaskan.

Metode Analisis Data

Teknik digunakan di riset ini analisis linier berganda, berguna agar mengetahui besarnya dampak variabel independen (X) pada variabel dependen (Y). Sugiyono (2017:275). Analisis regresi linear berganda diuji menggunakan program SPSS. Gambar persamaan regresi linear yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Berkunjung
X₁ = Kualitas Pelayanan
X₂ = Fasilitas
X₃ = Promosi
a = Konstanta
b = Nilai koefisien regresi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Penyebaran Kuisisioner dan Sampel Penelitian

Tabel 4.1

Penyebaran Kuesioner

No.	Uraian	Keterangan
1.	Kuesioner disebar kepada masyarakat yang telah berkunjung di Noura Guest House Syariah Malang	100
2.	Jumlah kuesioner yang tidak kembali	0
3.	Jumlah kuesioner yang tidak lengkap	0
4.	Jumlah kuesioner yang diolah	100

Sumber : Data primer diolah, 2023

Dari info dari Tabel 4.1 dalam riset ini, Kuesioner disebar kepada masyarakat yang telah datang di Noura Guest House Syariah Malang sebanyak 100, total kuesioner tidak kembali sebanyak 0, total kuesioner tidak lengkap 0, dan total kuesioner yang diolah dalam riset ini sebanyak 100.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.2

Hasil Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	100	2	5	4.14	.725
Fasilitas	100	3	5	4.26	.645
Promosi	100	3	5	4.19	.748
Kepuasan	100	2	5	4.24	.740
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas:

$$Y = 1,326 + 0,162 + 0,127 + 0,228 + e$$

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 4.3
Hasil Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

Variabel	No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	X1.1	0,741	0,1966	Valid
	X1.2	0,750	0,1966	Valid
	X1.3	0,814	0,1966	Valid
	X1.4	0,856	0,1966	Valid
	X1.5	0,687	0,1966	Valid
Fasilitas (X ₂)	X2.1	0,640	0,1966	Valid
	X2.2	0,558	0,1966	Valid
	X2.3	0,743	0,1966	Valid
	X2.4	0,659	0,1966	Valid
	X2.5	0,654	0,1966	Valid
	X2.6	0,646	0,1966	Valid
Promosi (X ₃)	X3.1	0,832	0,1966	Valid
	X3.2	0,669	0,1966	Valid
	X3.3	0,800	0,1966	Valid
	X3.4	0,842	0,1966	Valid
	X3.5	0,825	0,1966	Valid
Kepuasan (Y)	Y.1	0,845	0,1966	Valid
	Y.2	0,807	0,1966	Valid
	Y.3	0,759	0,1966	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2023

Dari Tabel 4.3 terbukti bahwa N dan jumlah data setiap variabel yang benar jumlahnya 100 data Kualitas Pelayanan (X₁), nilai yang minimum 2, nilai maximum 5, nilai mean 4,14 dan nilai standar deviasi 0,725. Dalam hasil analisis ini nilai yang mean lebih besar daripada nilai standar deviasi hingga penyalahan data yang telah terjadi itu rendah maka demikian penyebaran nilainya merata.

Fasilitas (X₂) dari 100 sampel terbukti jika nilai minimum 3, nilai maximum 5, nilai mean 4,26 dan nilai standar deviasi 0,645. Dalam hasil analisis tersebut nilai mean yang lebih besar dari nilai standar deviasi hingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

Promosi (X₃) dari 100 sampel terbukti jika nilai minimum 3, nilai maximum 5, nilai mean 4,19 dan nilai standar deviasi 0,748. Dalam hasil analisis tersebut nilai mean lebih besar daripada nilai standar deviasi hingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

Kepuasan (Y) dari 100 sampel terbukti jika nilai minimum 2, nilai maximum 5, nilai mean 4,24 dan nilai standar deviasi 0,740. Dalam hasil analisis tersebut nilai mean lebih besar daripada standar deviasi hingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka itu penyebarannya merata.

Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

<u>Variabel</u>	<u>No. Item</u>	<u>r hitung</u>	<u>r tabel</u>	<u>Keterangan</u>
<u>Kualitas Pelayanan (X₁)</u>	X1.1	0,741	0,1966	Valid
	X1.2	0,750	0,1966	Valid
	X1.3	0,814	0,1966	Valid
	X1.4	0,856	0,1966	Valid
	X1.5	0,687	0,1966	Valid
<u>Fasilitas (X₂)</u>	X2.1	0,640	0,1966	Valid
	X2.2	0,558	0,1966	Valid
	X2.3	0,743	0,1966	Valid
	X2.4	0,659	0,1966	Valid
	X2.5	0,654	0,1966	Valid
	X2.6	0,646	0,1966	Valid
<u>Promosi (X₃)</u>	X3.1	0,832	0,1966	Valid
	X3.2	0,669	0,1966	Valid
	X3.3	0,800	0,1966	Valid
	X3.4	0,842	0,1966	Valid
	X3.5	0,825	0,1966	Valid
<u>Kepuasan (Y)</u>	Y.1	0,845	0,1966	Valid
	Y.2	0,807	0,1966	Valid
	Y.3	0,759	0,1966	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Dari Tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa instrument valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,827	Reliabel
Fasilitas (X ₂)	0,726	Reliabel
Promosi (X ₃)	0,849	Reliabel
Kepuasan (Y)	0,721	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2023

pada Tabel 4.5 terbukti jika tiap elemen variabel yang digunakan reliabel. Berarti, nilai r alpha untuk tiap-tiap elemen variabel lebih besar dar 0,6. Berarti alat pengukur dapat menjadikan data yang dapat dipercaya.

Uji Normalitas

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters(a,b)	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1,46257412
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.044
Kolmogorov-Smirnov Z		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.112 ^c

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Tabel 4.5 terbukti hasil Kolmogorov smirnov yang didapat pada hasil uji output SPSS dengan nilai Asymp.Sig. (2-tailed) > 0,05. Diketahui jika item variabel pada riset ini berdistribusi secara normal karna hasil nilai Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,112.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1.	(Constant)	1.326	1.297		1.023	.309		
	Kualitas Pelayanan	.162	.055	.275	2.932	.004	.624	1.602
	Fasilitas	.127	.051	.211	2.484	.015	.760	1.316
	Promosi	.228	.053	.376	4.341	.000	.731	1.368

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan nilai diatas dapat terbukti jika seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance melebihi dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Dapat diketahui tidak terjadi multikolinearitas

b. Uji Heterosedastisitas.

Tabel 4.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.480	.793		4.390	.000
	Kualitas Pelayanan	-.061	.034	-.219	-1.797	.075
	Fasilitas	-.016	.031	-.057	-.512	.610
	Promosi	-.034	.032	-.199	-1.053	.295

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data primer diolah, 2023

Dari tabel 4.8 diatas, diperoleh total uji Gletser terbukti tingkat signifikan variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,075, variabel Fasilitas sebesar 0,610, variabel Promosi sebesar 0,295. Sehingga dapat dijabarkan semua tingkat signifikan variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Promosi lebih besar dari 0,05. bebas gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Tabel 4.9
Hasil Uji F
ANOVA (b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	190.667	3	63.556	28.811	.000(b)
	Residual	211.773	96	2.206		
	Total	402.440	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Promosi, Fasilitas, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan pada Tabel 4.9 dapat terbukti jika pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), dan Promosi (X3), pada Kepuasan (Y) dengan nilai Fhitung sebesar 28,811 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan variabel Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), dan Promosi (X3), secara bersamaan (simultan) berdampak pada kepuasan berkunjung di Noura Guest House Syariah Malang.

b. Uji t

Tabel 4.11
Hasil Uji t
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.326	1.297		1.023	.309
	Kualitas Pelayanan	.162	.055	.275	2.932	.004
	Fasilitas	.127	.051	.211	2.484	.015
	Promosi	.228	.053	.376	4.341	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data primer diolah, 2023

dari Tabel 4.10 dapat diketahui sebagai berikut :

- 1) Pada variabel Kualitas Pelayanan (X1)) nilai thitung sebesar 2,932 dengan nilai signifikansi 0,004. jadi variabel Kualitas Pelayanan berdampak positif pada kepuasan berkunjung di Noura Guest House Syariah Malang.
- 2) Pada variabel Fasilitas (X2)) nilai thitung sebesar 2,484 dengan nilai signifikansi 0,015. dapat dijabarkan jika variabel Fasilitas berdampak positif pada kepuasan berkunjung di Noura Guest House Syariah Malang.
- 3) Pada variabel Promosi (X3) nilai thitung sebesar 4,341 dengan nilai signifikansi 0,000 dapat dijabarkan jika variabel Promosi berdampak positif pada kepuasan berkunjung di Noura Guest House Syariah Malang.
- 4)

c. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.688(a)	.474	.457	1.485

a. Predictors: (Constant), Promosi, Fasilitas, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data primer diolah, 2023

Pada Tabel 4.10 terbukti hasil uji koefisien determinasi didapat nilai Adjusted R square sebesar 0,457. Hal ini memuktikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), dan Promosi (X3) berdampak variabel Kepuasan (Y) sebesar 45,7% sedang sisanya sebesar 54,3% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel independen dalam riset ini.

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil riset menjabarkan bahwa variabel bebas Kualitas Pelayanan(X1), Fasilitas (X2), dan Promosi (X3), secara bersamaan berdampak signifikan pada Kepuasan Berkunjung di Noura Guest House Syariah Malang.
2. Hasil riset secara masingmasing membuktikan jika variabel Kualitas Pelayanan berdampak positif dan signifikan pada Kepuasan datang di Noura Guest House Syariah Malang.
3. Hasil riset secara masing-masing menunjuk bahwa variabel Fasilitas berdampak positif dan signifikan pada Kepuasan datang di Noura Guest House Syariah Malang.

4. Hasil riset secara masing-masing menunjukkan bahwa variabel Promosi berdampak positif dan signifikan pada Kepuasan datang di Noura Guest House Syariah Malang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, N., Hakim, L., Nugroho, Y. B., & ... (2021). Perkembangan Halal Industri Sebagai Langkah Membumikan Sistem Ekonomi Syariah. Perkembangan Halal Industri Sebagai Langkah Membumikan Sistem Ekonomi Syariah.
- Arief, A. R. (2005). "Pengantar Ilmu Perhotelan dan Restoran". Yogyakarta: Graha Ilmu. (31 Oktober 2022).
- Emmywati, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Yang Terdiri Dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galeri Seni Dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur. Jurnal Manajemen, 1(3), 8. <https://doi.org/10.30736/jpim.v1i3.34>
- Indriyanti. (2013). "Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Buku Di Togamas Jl. Dr. Moewardi No. 21 Solo". PT. Gramedia pustaka utama.
- Irawan, H. (2002). "10 Prinsip Kepuasan Pelanggan". Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2006). "Manajemen Pemasaran: Kualitas Jasa". Edisi Kedua, Terjemahan Ancella Anitawati, Penerbit PT. Prenhalindo Jakarta.
- Rangkuti, F. (2006). "Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan". Jakarta : PT. Gramedia Pustaa Utama.
- Riyanti, N. K. I., Teja, I. G. A. N. E., dan Rihayana, I. G. (2020). "Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap niat berkunjung kembali di Villa Rendezvous Bali". Widya Amerta, 7(1), 84-99.
- Safitasari, C dan Maftukhah, I. (2017). "Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan melalui Keputusan Pengunjung". Management Analysis Journal, 6(3), 310-319.
- Sellang K, S.Sos., M.AP., DR. H. Jamaluddin, S.Sos, M.Si., Ahmad Mustanir, S.I.P., M. S. (2022). Strategi dalam peningkatan kualitas pelayanan publik dimensi konsep indikator dan implementasinya. Qiara Media
- Setiadi N. J (2019). "Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, tujuan, dan Keinginan Konsumen". Jakarta : Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D". CV Alfabet.
- Tjiptono, F. dan A, Diana, (2001). "Total Quality Management". Yogyakarta, CV Andi Offset.
- Wardani, A. K. (2016). "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Syariah Solo". Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Wijaya, T. (2011). "Manajemen Kualitas Jasa". Jakarta: Indeks.