

# PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HOTEL SAPADIA PASIR PENGARAIAN

**Minta Ito<sup>1</sup>, Hidayat<sup>2</sup>, Sherliyana Anggraini<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Pasir Pengaraian

Email : [minta4223@gmail.com](mailto:minta4223@gmail.com)

## ABSTRACT

This study aims to analyse the effect of price and service quality on customer satisfaction at the Sapadia Pasir Pengaraian Hotel. This study uses a quantitative approach with a survey method on Sapadia Pasir Pengaraian Hotel. Data was collected through questionnaires and analysed using multiple linear regression to test the relationship between independent variables (price and service quality) and dependent variables (customer satisfaction). The results of the analysis show that price has a significant and positive effect on customer satisfaction. This means that the higher the quality of service provided by Sapadia Hotel, the greater the public's interest in visiting Sapadia Pasir Pengaraian Hotel. Service quality was also found to have a significant influence, where customers who were provided with positive service quality showed greater satisfaction in visiting. The coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.909 indicates that 90.9% of the variation in customer satisfaction can be explained by these two variables. This study concludes that price and service quality are important factors influencing customer satisfaction. Therefore, it is recommended that the hotel improve its service quality to strengthen customer trust and comfort during their visit. This study contributes to the existing literature and provides insights for policy development aimed at increasing community participation.

**Keywords : Price, Service Quality, Customer Satisfaction**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel Sapadia Pasir Pengaraian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap hotel Sapadia Pasir Pengaraian. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen (harga dan kualitas pelayanan) dan variabel dependen (kepuasan pelanggan). Hasil analisis menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh hotel Sapadia, semakin besar minat masyarakat untuk berkunjung di hotel Sapadia Pasir Pengaraian. Kualitas pelayanan juga ditemukan memiliki pengaruh signifikan, di mana pelanggan dengan diberikan kualitas pelayanan yang positif menunjukkan kepuasan yang lebih besar untuk berkunjung. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.909 mengindikasikan bahwa 90.9% variasi dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Penelitian ini menyimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, disarankan agar hotel

terkait meningkatkan kualitas pelayanan untuk memperkuat kepercayaan dan kenyamanan pelanggan pada saat berkunjung. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap literatur yang ada dan menyediakan wawasan bagi pengembangan kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat.

**Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan**

## **PENDAHULUAN**

Industri perhotelan merupakan suatu bidang jasa yang menggabungkan produk serta layanan, disamping itu juga pembuatan dan pembangunan hotel di desain nyaman mungkin untuk tamu, mulai dari bangunan hotel yang dibuat modern, elegant, serta juga dipadukan dengan interior dan eksterior yang menarik baik itu di room, restaurant, lounge, bar, meeting room, and facility-facility pasti sangat membuat nyaman untuk para tamu yang berkunjung dan menginap, kemudian suasana yang sangat beda diciptakan ketika menginap di sebuah hotel yang mana para karyawannya selalu menyapa, senyum, sopan dan santun dalam melayani serta fasilitas-fasilitas hotelnya yang bisa digunakan atau dimanfaatkan oleh para tamu, ini semua bertujuan agar semakin membuat para tamu sangat nyaman ketika menginap di hotel (Rahmadi, 2021).

Organisasi harus mampu menjaga stabilitas dan terus berinovasi karena dunia bisnis saat ini semakin kompetitif. Setiap perusahaan bekerja sekeras mungkin untuk mengoperasikan usahanya dan menghasilkan keuntungan tertinggi. Bahkan bisnis bersaing satu sama lain untuk membangun reputasi yang kokoh demi kepuasan pelanggan terhadap barang mereka. Hal yang sama berlaku untuk perhotel di Indonesia, adanya saingan baru telah memperkuat persaingan di industri jasa. Bisnis harus berjuang tidak hanya untuk memenangkan pelanggan baru, tetapi juga untuk mempertahankan konsumen mereka saat ini (Wanda Wahidah & Rayuwanto, 2023).

Menurut (Apriliani et al., 2022) Salah satu faktor yang tidak ketinggalan untuk ikut berperan penting dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan adalah harga. Harga suatu barang dan jasa merupakan suatu pemasaran yang perlu diperhatikan oleh manajemen. Harga memiliki peranan yang sangat penting untuk mempengaruhi keputusan membeli pelanggan dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk atau jasa. Harga suatu barang merupakan penentu bagi permintaan pasar. Bagi suatu perusahaan harga tersebut merupakan pendapatan bersih dan juga merupakan keuntungan bersih.

Menurut (Nuraeni, 2021) Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa. Disimpulkan bahwa harga merupakan keseluruhan nilai suatu barang maupun jasa yang diberikan dalam bentuk uang. Selain itu Harga adalah penentu kualitas produk atau jasa, jika penentuan atau penetapan harga tidak sesuai maka akan menimbulkan masalah pada kepuasan pelanggan. Harga menjadi fondasi yang paling penting untuk keberlangsungan suatu perusahaan dalam memasarkan produknya. Mematok

harga dengan cara bersaing agar sesama pengusaha tidak saling menjatuhkan (Wanda Wahidah & Rayuwanto, 2023).

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan pada hotel sapadia dan hotel garuda yang berada di Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu. Perbandingan Room Rate List harga pada hotel sapadia dan hotel garuda sangat jauh berbeda, room tipe standard pada hotel sapadia dengan harga Rp 575.000 dengan fasilitas kamar tempat tidur double atau twin, dilengkapi kursi dan sofa kecil, meja kerja atau meja rias, saluran TV lokal sedangkan room tipe standard pada hotel garuda dengan harga Rp 202.500 dengan fasilitas kamar tempat tidur double, saluran TV lokal. Harga pada kedua hotel sapadia dan hotel garuda yang ada di Pasir Pengaraian.

Berdasarkan hasil observasi terlihat total pelanggan dimana dari bulan ke bulan mengalami penurunan dan peningkatan. Fenomena yang terjadi di hotel sapadia pada bulan januari- april bulan awal yang mengalami penurunan pelanggan menginap di hotel sapadia sebanyak 592- 734 kamar terjual dengan total konsumen 1192- 1403 pelanggan. Penjualan terbanyak pada bulan Agustus sebanyak 1067 kamar terjual dengan total konsumen 2134 pelanggan, Namun pada bulan September- Oktober mengalami penurunan secara berturut- turut dari 802 kamar- 939 kamar yang terjual. Namun persaingan di dalam dunia perhotelan tidak hanya tentang fasilitas tetapi juga harus memberikan pelayanan yang baik dan jasa untuk konsumen, Sehingga perusahaan dapat terus meningkatkan profit atau laba.

Selain harga, pelayanan merupakan salah satu untuk dapat bersaing dengan berbagai kompetitor dalam dunia bisnis yaitu kualitas pelayanan. Dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada perusahaan, dibutuhkan kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas pelayanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk/jasa dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan market share suatu produk. Kualitas pelayanan sangat krusial dalam mempertahankan konsumen dalam waktu yang lama.

Menurut (Nuraeni, 2021) Kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa, karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas), dan kinerjalah yang dibeli oleh pelanggan, oleh karena itu kualitas kinerja pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Menurut (Dedy & Alfandi, 2022) Kualitas pelayanan barang/jasa dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Hubungan internal antara pegawai dengan pelanggan akan memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap persepsi kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan oleh pelanggan dalam tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan

pelanggan. Pelanggan ingin agar harapannya samadengan layanan seperti apakah seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan (Farsya, 2021).

Pelanggan merupakan fokus utama, karena dalam hal ini pelanggan memegang peran cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Pada umumnya konteks kepuasan pelanggan adalah harapan dari pelanggan yang merupakan keyakinan atau perkiraan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya yang dapat diungkapkan secara lisan maupun non lisan (Sukmawati, 2023).

Menurut (Dedy & Alfandi, 2022) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah jasa yang diberikan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Kepuasan pelanggan mendenifisikan adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Pelanggan merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terlampaui.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang. Semua pelanggan berharap akan pelayanan yang baik dari produk yang dia beli, baik dari segi promosinya, harganya, kualitas, pelayanan baik sebelum maupun sesudah membeli produk atau jasa tersebut, dan pelanggan berhak akan informasi yang benar. Kepuasan pelanggan sangatlah penting untuk usaha dibidang jasa, karena hal tersebut dapat menjadi hal yang perlu perhatian khusus dari pelaku usaha dibidang jasa yang dalam hal ini adalah hotel. Kepuasan pelanggan didapat ketika pelanggan mendapatkan hal yang sesuai dengan harapannya. Menurut (Apriliani et al., 2022) Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira. Jadi sesuai dengan hal tersebut maka kepuasan pelanggan sangat penting untuk diperhatikan oleh pengusaha hotel.

## **METODE PENELITIAN**

penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif, yang mana jenis penelitian ini adalah berbentuk angka untuk menguji hipotesis. data akan dikumpulkan menggunakan kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan yang terdaftar menjadi pelanggan Di Hotel Sapadia Pasir Pengaraian yang akan dijadikan populasi sebanyak 17288 Pelanggan. Sampel pada penelitian ini diambil menggunakan rumus slovin dengan teknik Random Sampling sehingga diperoleh sampel 100 responden. Data pada penelitian ini di analisis menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji Kualitas data**

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner memiliki korelasi yang signifikan dengan keseluruhan skala yang diukur. Hasilnya menunjukkan nilai korelasi item ( $r_{cor}$ ) yang dibandingkan dengan nilai kritis tabel ( $r_{tabel}$ ). Semua item dalam tabel memiliki nilai  $r_{cor}$  yang lebih besar dari  $r_{tabel}$ , yang berarti setiap item tersebut valid. Dengan kata lain, setiap pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner memiliki kemampuan yang baik untuk mengukur harga, sesuai dengan yang diharapkan.

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat dipercaya atau diandalkan. Uji reliabilitas dalam penelitian dilakukan dengan statistik Cronbach's Alpha dengan nilai 0,70. Pada hasil uji reliabilitas, menunjukkan bahwa semua indikator variabel memiliki Cronbach Alpha lebih besar dari Standar Alpha sebesar 0,70 sehingga dapat dikatakan semua indikator variabel adalah reliabel.

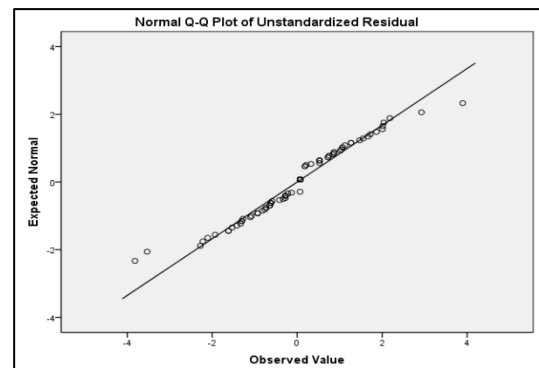
**Uji Asumsi Klasik**

Uji normalitas adalah pengujian yang bertujuan untuk melihat apakah data terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas merupakan uji prasyarat untuk analisis regresi linier berganda dimana model regresi linier yang terpercaya residual datanya harus berdistribusi normal. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan metode Kolmogorov-Smirnov dan Normal P-plot.

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Predicted Value	
N		100	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	3.5648711	
	Std. Deviation	.07171443	
Most Extreme Differences	Absolute	.096	
	Positive	.096	
	Negative	-.063	
Test Statistic		.097	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.086	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.086	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.079
		Upper Bound	.093
a. Test distribution is Normal.			

**Gambar 1. Normal Probability Plot**



Sumber : Data olahan 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui bahwa nilai signifikansi adalah 0,086. Nilai  $0,086 > 0,05$  sehingga disimpulkan bahwa distribusi variabel adalah normal, dengan demikian, dan hasil uji Normal P-plot dimana data pada gambar tersebut dapat dilihat bahwa titik-titik atau data berada di dekat dan mengikuti garis diagonal dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

**Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas**

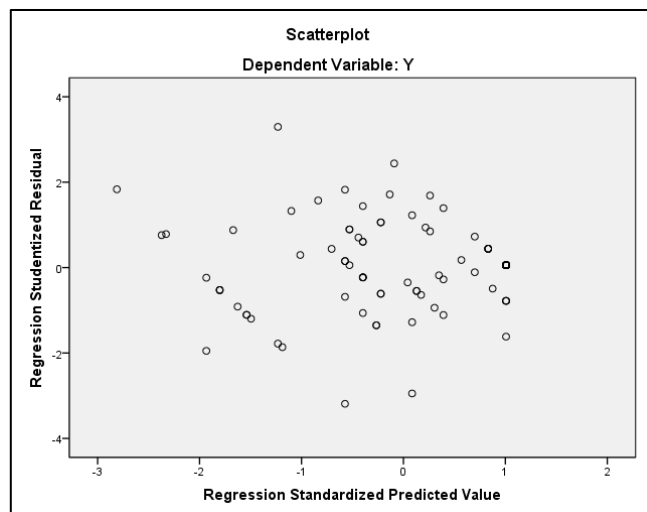
Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.691	1.265		2.127	.036	
	X1	.343	.087	.341	3.941	.000	.240
	X2	.457	.066	.596	6.895	.000	.240

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data olahan 2025

Selanjutnya uji multikolinieritas dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance nya. kedua variabel independent memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0.1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak mengalami multikolinieritas.

**Gambar 2. Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : Data olahan 2025

Heteroskedastisitas mengacu pada kondisi di mana varians istilah kesalahan tidak konstan di semua nilai variabel independen. salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas adalah dengan melihat pada grafik scatter plot. Berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat bahwa titik-titik residual tersebar secara acak tanpa pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas, yaitu harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat.

**Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	2.691	1.265		2.127	.036		
	X1	.343	.087	.341	3.941	.000	.240	4.174
	X2	.457	.066	.596	6.895	.000	.240	4.174

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data olahan 2025

$$Y = 2.691 + 0.343 X1 + 0.457 X2 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda diatas dapat disimpulkan bahwa koefisien arah regresi antara variabel X1 dan X2 menyatakan adanya hubungan yang positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada hotel sapadia pasir pengaraian.

Nilai koefisien regresi variabel harga (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada hotel sapadia pasir pengaraian sebesar 0,343. Koefisien bernilai positif artinya adalah terjadi hubungan positif antara harga dengan Kepuasan Pelanggan pada hotel sapadia pasir pengaraian.

Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada hotel sapadia pasir pengaraian sebesar 0,457. Koefisien bernilai positif artinya adalah terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan pada hotel sapadia pasir pengaraian

**Uji Hipotesis**

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen. Nilai t tabel adalah sebesar 1.689.

**Tabel 4. Hasil Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	2.691	1.265		2.127	.036		
	X1	.343	.087	.341	3.941	.000	.240	4.174
	X2	.457	.066	.596	6.895	.000	.240	4.174

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data olahan 2025

Berdasarkan tabel 4 dapat disimpulkan bahwa Variabel harga (X1) mempunyai nilai Sig 0.000 < 0.05 sehingga dapat di simpulkan variabel harga berdampak secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan (X2) mempunyai nilai Sig = 0,000 < 0,05 sehingga dapat di simpulkan variabel kualitas pelayanan berdampak secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 5. Hasil Uji F

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	670.359	2	335.179	230.533	.000 <sup>a</sup>
	Residual	141.031	97	1.454		
	Total	811.390	99			

a. Predictors: (Constant), X2, X1  
b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data olahan 2025

Uji F dalam analisis regresi digunakan untuk menguji signifikansi keseluruhan model. Uji ini membantu menentukan apakah set variabel independen secara keseluruhan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Nilai F yang diperoleh adalah 230.533, dengan p-value yang sangat kecil (0.000), yang secara umum kurang dari tingkat signifikansi 0.05. Ini menunjukkan bahwa kita dapat menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) dengan tingkat kepercayaan yang tinggi. Dengan kata lain, model regresi yang mencakup variabel-variabel independen "Harga" dan "Kualitas Pelanggan" secara signifikan lebih baik dalam menjelaskan variasi dalam variabel dependen "Kepuasan Pelanggan" dibandingkan dengan model tanpa variabel-variabel ini.

### Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.909 <sup>a</sup>	.826	.823	1.206	2.190

a. Predictors: (Constant), X2, X1  
b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data olahan 2025

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.909 menunjukkan bahwa sekitar 90.9% variasi dalam Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model ini. Ini mengindikasikan hubungan yang cukup kuat antara variabel-variabel ini. Adjusted  $R^2$ , yang menyesuaikan untuk jumlah variabel dalam model dan ukuran sampel, sedikit lebih rendah pada 0.826. Nilai ini memberikan gambaran yang lebih realistis tentang seberapa baik model ini dapat menjelaskan variasi dalam minat di seluruh populasi, dengan sekitar 82.6% variasi dapat dijelaskan setelah memperhitungkan penyesuaian ini.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Sapadia Pasir Pengaraian, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengaruh Harga : Harga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan: Kualitas Pelayanan juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Kekuatan Model: Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan bersama-sama menjelaskan 90,9% variasi dalam kepuasan pelanggan.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan Hotel Sapadia Pasir Pengaraian perlu mempertahankan aspek yang sudah baik serta memaksimalkan sumber daya dengan menjaga kualitas pelayanan dan strategi harga yang kompetitif. Hotel juga diharapkan mengoptimalkan pengelolaan kualitas pelanggan, misalnya dengan penataan parkir dan penambahan peredam suara. Dari sisi pegawai, pelayanan harus ditingkatkan agar tidak terjadi penurunan penjualan jasa. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambah variabel lain dan mengkaji lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriliani, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali. *Jurnal Emas*, 3(3), 217–230.
- Dedy, A., & Alfandi, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Sari Ater Hot Springs Resort Ciater. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 18–25. <https://doi.org/10.51977/jsm.v4i1.678>.
- Farsya, A. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Carls Jr Gran Rubina. *STEIN ERepository*, 16(2)(2), 41–54.
- Nuraeni. (2021). GRAB (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 95. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/197>.
- Rahmadi, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Menginap Di Hotel Sahid Batam Center. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 3. No 5, 305.
- Sukmawati. (2023). Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Ganesha Motor Sambirejo.

Wanda Wahidah, & Rayuwanto. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(1), 65–72. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.860>.