2019PENGARUH WUJUD FISIK, EMPATHY, DAN KEANDALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL DINESTI KAYU AGUNG

SKRIPSI

Nama : ROBI HAMZAH PUTRA

NIM : 212014074

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2019

SKRIPSI

PENGARUH WUJUD FISIK, EMPATHY, DAN KEANDALAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL DINESTI KAYU AGUNG

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Nama : ROBI HAMZAH PUTRA
NIM : 212014074

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Robi Hamzah Putra

NIM : 212014074

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penyelipan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan segala konsekuensinya.

Palembang, Agustus 2019

Penulis

METERAI TEMPEL

TGL.

B2DFBAFF947696167

6000

ENAM RIBU RUPIAH

Robi Hamzah Putra

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul	: Pengaruh Wujud Fisik, Empathy, dan Keandalan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Dinesti Kayu Agung
Nama	: Robi Hamzah Putra
Nim	: 212014074
Fakultas	: Ekonomi
Program Studi	: Manajemen
Mata Kuliah Pokok	: Manajemen Pemasaran

Diterima dan Disyahkan
Pada tanggal, Agustus 2019

Pembimbing I,	Pembimbing II
Fitantina, Hj., S.E., M.Si.	**Juairiah, S.E., M.Si.**
NIDN: 0028026301	**NIDN: 0207055902**

Mengetahui,
Dekan
u.b. Ketua Program Studi Manajemen

Maftuhah Nurrahmi, Hj., S.E., M.Si.
NIDN: 0216057001

PERSEMBAHAN DAN MOTTO

"Barangsiapa bertawakkal pada Allah, maka Allah akan memberikan kecukupan padanya, sesungguhnya Allah lah yang akan melaksanakan urusan (yang dikehendaki)-Nya."

(QS. Ath-Thalaq: 3)

"Sesungguhnya perbuatan baik itu dapat menghapus perbuatan buruk."

(QS. Hud: 114)

Skripsi dipersembahkan kepada

- **Ayahanda Ibra Judinsyah dan Ibunda Siti Fatimah**
- **Kepada Saudara-saudaraku**
- **Almamater hijau**

PRAKATA

بسم الله الرحمن الرحيم

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Alhamdulillah dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas nikmat kesehatan, rahmat dan karunianya telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan penulisan penelitian ini yang berjudul "Pengaruh Wujud Fisik, Empathy, Dan Keandalan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Dinesti Kayu Agung." Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan semua pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan tulus hati penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak DR. Abid Djazuli, S.E., MM., Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Fauzi Ridwan, S.E., MM., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si. Ketua Jurusan Manajemen dan Ibu Diah Isnaini, S.E., M.Si Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu DR. Diah Isnaini, S.E., M.M. sebagai Sekretaris Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Ibu Hj. Fitantina, S.E., M.Si dan Ibu Juairiah, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Skripsi yang telah mengajarkan, membimbing, mendidik, serta memberikan

dorongan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

6. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Pimpinan dan karyawan Hotel Dinesti Kayu Agung yang telah memberikan izin penulis melakukan penelitian dan membantu memberikan saran kepada penulis.
8. Keluarga Besarku tercinta yang telah memberikan do'a serta dukungannya kepada penulis selama menempuh pendidikan.
9. Sahabat-sahabat terbaikku.

Penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat, bagi Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang pada khususnya dan untuk semua pihak yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palembang, Agustus 2019

Penulis

Robi Hamzah Putra

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN BEBAS PLAGIAT ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN iv

HALAMAN PRAKATA v

HALAMAN DAFTAR ISI vii

HALAMAN DAFTAR TABEL x

HALAMAN DAFTAR GAMBAR xi

HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN xii

ABSTRAK xiii

ABSTRACT xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 6

C. Tujuan Penelitian 6

D. Manfaat Penelitian 6

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori 8

1. Kepuasan Konsumen 8

2. Pengertian Kualitas Pelayanan 16

B. Penelitian Sebelumnya 19

C. Kerangka Pemikiran 22

D. Hipotesis 22

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 23

B. Lokasi Penelitian 23

C. Operasionalisasi Variabel 24

D. Populasi dan Sampel 25

E. Data yang Diperlukan 27

F. Teknik Pengumpulan Data 27

G. Analisis Data dan Teknik Analisis 28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian 35

1. Gambaran Umum Objek Penelitian 35
2. Uji Instrumen 38
3. Gambaran Indikator Penelitian 41
4. Gambaran Karakteristik Responden 44
5. Gambaran Jawaban Responden 47
6. Hasil Analisis 62

B. Pembahasan Hasil Penelitian 67

1. Pengaruh Bukti Fisik, Empathy, dan Keandalan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Dinesti Kayu Agung 67
2. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Dinesti Kayu Agung 69

3. Pengaruh Empathy Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Dinesti Kayu Agung 69

4. Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Dinesti Kayu Agung 70

5. Perbandingan Hasil Penelitian dengan Penelitian Sebelumnya..... 71

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan..... 74

B. Saran..... 75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel 24

Tabel IV.1 Fasilitas Kamar 36

Tabel IV.2 Tarif Kamar 37

Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas 39

Tabel IV.4 Hasil Uji Reliabilitas 40

Tabel IV.5 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin di Hotel Dinesti Kayu Agung 44

Tabel IV.6 Distribusi Responden Berdasarkan Usia di Hotel Dinesti Kayu Agung 45

Tabel IV.7 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan 46

Tabel IV.8 Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y) 47

Tabel IV.9 Jawaban Responden Variabel Wujud Fisik (X_1) 51

Tabel IV.10 Jawaban Responden Variabel Empathy (X_2) 55

Tabel IV.11 Jawaban Responden Variabel Keandalan (X_3) 58

Tabel IV.12 Coefficients' 62

Tabel IV.13 ANOVA 65

Tabel IV.14 Hasil Uji t (Parsial) 66

Tabel IV.15 Model Summary 67

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran 22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Pengantar Kuesioner
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian
Lampiran 3	Data Hasil Uji Coba
Lampiran 4	Rekapitulasi Hasil Penyebaran Kuesioner
Lampiran 5	Hasil Output SPSS Menggunakan Nilai Rata-Rata
Lampiran 6	r Tabel
Lampiran 7	F Tabel
Lampiran 8	t Tabel
Lampiran 9	Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
Lampiran 10	Surat Izin Penelitian dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
Lampiran 11	Surat Keterangan Selesai Penelitian dari Hotel Dinesti Kayu Agung
Lampiran 12	Foto Copy Sertifikat Lulus Membaca Al-Qur’an
Lampiran 13	Foto Copy Sertifikat Toefl
Lampiran 14	Plagiatrism Checker

ABSTRAK

Robi Hamzah Putra/ 212014074/ Pengaruh Wujud Fisik, Empathy, dan Keandalan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Dinesti Kayu Agung/ Pemasaran

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh bukti fisik, empathy, dan keandalan terhadap kepuasan Konsumen Pada Hotel Dinesti Kayu Agung? Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh bukti fisik, empathy, dan keandalan terhadap kepuasan Konsumen Pada Hotel Dinesti Kayu Agung. Populasi penelitian tidak diketahui sehingga peneliti menggunakan rumus Corchran dengan tingkat kesalahan 10% dan diperoleh sampel sebanyak 96 responden. Data yang diperlukan adalah data primer. Teknik pengumpulan data adalah kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan alat analisis regresi linear berganda, uji hipotesis simultan (F) dan parsial (t) serta koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi $Y = 1{,}052 + 0{,}305\ X_1 + 0{,}304\ X_2 + 0{,}372\ X_3$ bahwa ada pengaruh positif wujud fisik, empathy, dan keandalan terhadap kepuasan konsumen Pada Hotel Dinesti Kayu Agung. Hasil pengujian hipotesis dengan tingkat kepercayaan 95% menunjukkan ada pengaruh signifikan wujud fisik, empathy, dan keandalan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Pada Hotel Dinesti Kayu Agung. Secara parsial wujud fisik, empathy, atau keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Pada Hotel Dinesti Kayu Agung. Hasil koefisien determinasi sebesar 0,630, angka tersebut menggambarkan bahwa variabel-variabel wujud fisik, empati, dan keandalan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 63%, sisanya 37% variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: Wujud Fisik, Empathy, Keandalan, Kepuasan Konsumen

Abstract

Robi Hamzah Putra/21-2014-074/The Effect of Physical, Empathy, and Reliability Forms on Consumer Satisfaction in Dinesti Hotel Kayu Agung/Marketing

The formulation of the problem in this study is is there any influence of physical evidence, empathy, and reliability on Consumer satisfaction at the Great Wood Dinesti Hotel? The purpose of this study was to determine the effect of physical evidence, empathy, and reliability on Consumer satisfaction at the Great Wood Dinesti Hotel. The study population was unknown, so researchers used the Corchran formula with an error rate of 10% and obtained a sample of 96 respondents. The data needed is primary data. Data collection techniques are questionnaires. The analytical method used is quantitative analysis with multiple linear regression analysis tools, simultaneous hypothesis testing (F) and partial (t) and the coefficient of determination.

The results showed a regression equation Y = 1.052 + 0.305 X1 + 0.304 X2 + 0.372 X3 that there was a positive influence of physical form, empathy, and reliability on consumer satisfaction at the Great Wood Dinesti Hotel. The results of hypothesis testing with a 95% confidence level indicate there is a significant influence of physical appearance, empathy, and reliability simultaneously on customer satisfaction at the Great Wood Dinesti Hotel. Partially physical appearance, empathy, or reliability significantly influence consumer satisfaction at Dinesti Kayu Agung Hotel. The results of the coefficient of determination of 0.630, these figures illustrate that physical appearance variables, empathy, and reliability can affect consumer satisfaction by 63%, the remaining 37% of customer satisfaction variables are influenced by other variables not examined.

Keywords: Physical Being, Empathy, Reliability, Consumer Satisfaction

PENGESAHAN
NO. 364 /Abstract/LB/UMP/ VII / 2019
Telah di Koreksi oleh
Lembaga Bahasa
Universitas Muhammadiyah Palembang

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaaan, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah meningkatnya penjualan sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen. Namun, ada beberapa hal yang harus dipahami oleh perusahaan selaku produsen, bahwa semakin banyak konsumen maka perusahaan akan semakin sulit mengenali konsumennya secara teliti terutama tentang suka atau tidaknya konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan dan alasan yang mendasarinya.

Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas. Perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik dimata masyarkat selaku konsumen dan calon konsumen. Karena konsumen dalam memilih barang atau jasa didasari motivasi yang nantinya mempengaruhi jenis dan cita rasa barang dan jasa yang dibelinya.

Pada dasamya, Menurut Fandy Tjiptono (2010 : 67) kualiatas dapat diartikan sebagai produk yang bebas cacat. Dengan kata lain, produk yang sesuai dengan standar (target, sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur). Kualitas pelayanan digambarkan

sebagai suatu pemyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi dengan kinerja. Kualitas pelayanna dapat diketahui dengan cara membandingkan presepsi para pelanggan atas layanan dengan layanan yang benar-benar mereka terima. Dengan demikian kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Loyalitas pelanggan terhadap kualitas jasa tersebut dapat diukur dari terpenuhi atau tidaknya kebutuhan pelanggan yang tampak dari sikap perilaku pelanggan terhadap suatu produk atau jasa.

Adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli ditempat yang sama. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipresepsikan konsumen. Berbagai faktor seperti : subjektivitas si pembeli jasa, keadaan psikologis (konsumen maupun pemberi jasa), kondisi lingkungan ekstemal dan sebagainya tidak jarang turut mempengaruhi sehingga jasa sering disampaikan dengan cara yang berbeda dengan yang dipersepsikan oleh konsumen. Menurut Kotler dalam buku Sunyoto (2013:35), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Pelanggan dapat

mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa, tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas, dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Hotel Dinesti sebagai salah satu hotel yang berbintang empat yang ada di kota Kayu agung, tidak lagi sebagai insitusi yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa perhotelan yang hanya sekedar menerima tamu untuk menginap, tetapi mereka juga menyediakan fasilitas pendukung pelayanan jasanya. Fasilitas sendiri adalah segala hal yang merupakan sarana pokok dan menunjang kemudahan dalam kenyamanan yang secara sengaja disediakan oleh pihak hotel untuk dipakai, dimanfaatkan, dinikmati oleh tamu selama ia tinggal dihotel.

Menjalankan bisnisnya, hotel Dinesti Kayuagung harus berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, termasuk memahami perilaku konsumen dan hal-hal yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Menyadari hal tersebut diatas, tampak beberapa pentingnya usaha pemahaman akan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk mencapai keberhasilan pemasaran.Sebagai contoh Hotel Dinesti kayuagung memiliki beberapa masalah yang dikeluhkan oleh sebagian konsumennya, antara lain:

1) Pendingin ruangan (A C) yang kurang dingin
2) Jaringan wifi yang lambat

3) Toilet yang mampet
4) Parkir yang sempit
5) Penyajian menu yang kurang bervariatif
6) Karyawan yang kurang ramah dalam melayani konsumen.

Pesaing yang dihadapi oleh Hotel Dinesti Kayuagug bukan hanya terdiri dari perusahaan yang mempunyai fasilitas dan pelayanan yang sama, tetapi juga dari perusahaan yang mempunyai fasilitas bar maupun restoran mewah untuk tujuan wisata. Dalam menghadapi hal tersebut, ada beberapa dimensi kepuasan yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk menggunakan jasa Hotel Dinesti Kayuagung antara lain bukti langsung (*tangible*) meliputi fasilitas hotel, kondisi hotel, dan penampilan karyawan hotel, Kehandalan (*Reliability*) meliputi kemampuan hotel memberikan pelayanan yang terbaik, dimensi daya tangkap (*Responsiveves*) yang meliputi kesediaan karyawan hotel untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat, jaminan (*Assurance*) yang meliputi karyawan memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani, kemampuan karyawan untuk membangkitkan rasa kepercayaan para konsumen dan memberikan rasa aman kepada konsumen, serta Empathy (*Empathy*), yang meliputi rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada konsumen. Kelima dimensi di atas dikembangkan oleh Fandy Tjiptono (2006 : 70), yang merupakan dimensi kualitas untuk mengukur terhadap kualitas pelayanan.

Jumlah konsumen sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dibidang penjualan jasa, karena bagi

perusahaan jasa, pelanggan sebagai sumber pemasukan. Semakin banyak konsumen perusahaan, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih perusahaan. Sebaliknya semakin dikit pelanggan perusahaan, maka semakin sedikit pula pemasukan yang dapat diraih oleh perusahaan. Kualiatas jasa yang unggul dan konsisten dapat memberikan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya akan memberikan dasar yang baik bagi pengguna jasa yang berulang, mendorong terciptanya loyaliats pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan bagi perusahaan, dan reputasi perusahaan menjadi baik di mata konsumen serta laba yang diperoleh meningkat. Konsumen akan membandingkan layanan yang diberikan perusahaan dengan layanan yang mereka harapkan. Jika konsumen merasa puas, maka konsumen akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi pelanggannya yang setia serta akan mencentakan pengalamannya tersebut kepada orang lain sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi tersebut, mendapatkan pelanggan yang loyal yang sekaligus membantu promosi perusahaan. Sebaliknya jika konsumen merasa tidak puas, maka konsumen tersebut juga akan menceritakan pengalaman yang mengecewakan tersebut kepada orang lain sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pemakai jasa perusahaan.

Hal yang diuraikan diatas berlaku juga bagi usaha hotel. Hotel merupakan sebuah perusahaan jasa yang tidak hanya dikenal sebagai tempat bermalam ketika jauh dari rumah, tetapi juga dikenal karena pelayanan yang

diberikan. Walaupun gedung hotel dan fasilitasnya sangat menunjang, akan tetapi jika tidak ditunjang dengan pelayanan yang memuaskan, maka pelanggan akan tetap merasa tidak puas. Berdasarkan uraian di atas dapat dilihat beberapa pentingnya arti layanan bagi sebuah perusahaan jasa hotel.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Wujud Fisik, Empathy, dan Keandalan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Dinesti Kayu Agung".**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan data yang diperoleh penulis, maka dapat diidentifikasikan permasalahannya adalah adakah pengaruh bukti fisik, empathy, dan keandalan terhadap kepuasan Konsumen Pada Hotel Dinesti Kayu Agung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bukti fisik, empathy, dan keandalan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Dinesti Kayuagung.

D. Manfaat Penelitian

1) Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi atau gambaran terhadap ilmu pengetahuan dalam konsentrasi pemasaran.

2) Bagi Hotel Dinesti Kayuagung

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu memberikan gambaran kepada Hotel Dinesti Kayuagung tentang usaha-usaha yang harus dilakukan dalam menentukan pelayanan jasa yang diharapkan dapat memberikan hasil yang baik dimasa yang akan datang.

3) Bagi Amamater

Penelitian ini dapat menjadi suatu acuan yang diharapkan dapat menambah pengetahuan serta pemahaman penulis terhadap suatu inovasi layanan publik serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk mengkaji topik-topik yang berkaitan dengan masalah-masalah yang dibahas.

DAFTAR PUSTAKA

Lupiadi. 2008. *Manajemen Pemasaran. Edisi 1*. Penerbit PT. Raja Grafindo persada Jakarta.

Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.

Husein Umar. 2007. *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. JBRC. Jakarta.

M. Iqbal Hasan. 2008. *Pokok-pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensi), Edisi 2. Penerbit* PT. Bumi Aksara. Jakarta.

Muhammad Teguh. 2007. *Metodologi Penelitian Ekonomi (Teori dan Aplikasi)*. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.

M. Noviarman. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadp Kepuasan Konsumen Pada Hotel Swarna Dwipa Palembang*. Universitas muhammadiyah Palembang.

Philip Kotler. 2006. *Dasar Pemasaran Principles of Marketing*. Edisi I Penerbit Prenhalindo. Jakarta.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis.* Penerbit Alfa Beta, Bandung.

Suharsimi Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Andy Firmansyah. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Barang Hotel Palembang*. Universitas Sriwijaya Palembang.

Etta Mamang Sangadji & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis.* Yogyakarta: Penerbit: Andi.