

**PENGARUH FASILITAS FISIK DAN KOMITMEN PERUSAHAAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Suatu Studi pada Hotel Priangan Ciamis)**

DRAFT SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh**

Oleh,

**WIDI KRISNA
NIM. 3402180241**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2022**

ABSTRAK

Widi Krisna, NIM. 3402180241. “Pengaruh Fasilitas Fisik dan Komitmen Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen (Suatu Studi pada Hotel Priangan Ciamis)”. Dibawah bimbingan Bapak Dr. Apri Budianto, M.M. (Pembimbing 1) dan Bapak Mukhtar Abdul Kader, S.E. M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh belum optimalnya kepuasan konsumen pada Hotel Priangan Ciamis yang diakibatkan oleh belum optimalnya fasilitas fisik dan komitmen perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh fasilitas fisik terhadap kepuasan komitmen, 2) Pengaruh komitmen perusahaan terhadap kepuasan konsumen, 3) Pengaruh fasilitas fisik dan komitmen perusahaan terhadap kepuasan konsumen di Hotel The Priangan Ciamis. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Analisis data menggunakan analisis koefisien korelasi sederhana dan berganda, koefisien determinasi, Analisis Regresi Linear Sederhana dan Berganda, dan Pengujian Hipotesis (Uji t,Uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Fasilitas fisik pada Hotel The Priangan Ciamis termasuk dalam kategori baik. Begitu pula berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan fasilitas fisik terhadap kepuasan konsumen, 2) Komitmen perusahaan pada Hotel The Priangan Ciamis termasuk dalam kategori tinggi. Begitu pula berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan komitmen perusahaan terhadap kepuasan konsumen, 3) Kepuasan konsumen pada Hotel The Priangan Ciamis termasuk dalam kategori tinggi. Begitu pula berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan fasilitas fisik dan komitmen perusahaan terhadap kepuasan konsumen. Artinya jika fasilitas fisik sudah baik dan komitmen perusahaan sudah tinggi maka kepuasan konsumen akan meningkat.

Kata Kunci : Fasilitas Fisik dan Komitmen Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	10
1.2.1 Identifikasi Masalah	10
1.2.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Ilmiah atau Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
.....	13
2.1 Kajian Pustaka	13
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	13
2.1.1.1 Pengertian Manajemen	13
2.1.1.2 Unsur-Unsur Manajemen	15
2.1.1.3 Fungsi Manajemen	16

2.1.1.4 Tujuan Manajemen	19
2.1.1.5 Karakteristik dan Nilai Manajemen	20
2.1.1.6 Level Manajemen	23
2.1.1.7 Bidang Manajemen	24
2.1.1.8 Manajemen Modern	27
2.1.2 Manajemen Pemasaran	27
2.1.2.1 Definisi Pemasaran	27
2.1.2.2 Definisi Manajemen Pemasaran	29
2.1.2.3 Fungsi Pemasaran	30
2.1.2.4 Tujuan Pemasaran	31
2.1.2.5 Konsep Pemasaran	35
2.1.2.6 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran	33
2.1.2.7 Bauran Pemasaran	36
2.1.2.8 Masalah – Masalah Dalam Pemasaran	37
2.1.2.9 Strategi Pemasaran	39
2.1.2.10 Pemasaran Era Industry 4.0	41
2.1.2.11 Digital Marketing	43
2.1.3 Fasilitas Fisik	46
2.1.3.1 Definisi Fasilitas Fisik	46
2.1.3.2 Unsur-unsur Fasilitas Fisik	47
2.1.3.3 Indikator Fasilitas Fisik	48
2.1.3.4 Perencanaan Tata Letak Fasilitas Fisik	50
2.1.4 Komitmen Perusahaan	51
2.1.4.1 Pengertian Komitmen Perusahaan	51
2.1.4.2 Indikator Komitmen Perusahaan	53

2.1.5 Kepuasan Konsumen	54
2.1.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	54
2.1.5.2 Komponen Kepuasan Konsumen	55
2.1.5.3 Indikator atau Elemen Kepuasan Konsumen ...	56
2.1.5.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	59
2.1.5.5 Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen	61
2.1.6 Peneliti Terdahulu yang Relevan	62
2.2 Kerangka Pemikiran	65
2.2.1 Pengaruh Fasilitas Fisik terhadap Kepuasan Konsumen	65
2.2.2 Pengaruh Komitmen Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen	66
2.2.3 Pengaruh Fasilitas Fisik dan Komitmen Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen	67
2.3 Hipotesis	69
BAB III METODE PENELITIAN	70
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan	70
3.2 Definisi dan Operasional Variabel	72
3.2.1 Definisi Variabel	72
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	73
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	74
3.3.1 Populasi Penelitian	74
3.3.2 Sampel Penelitian	75
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	77
3.4.1 Sumber Data	77

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	78
3.5 Teknik Analisis Data	80
3.5.1 Analisis Deskriptif	80
3.5.2 Analisis Verifikatif	84
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	90
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	90
3.6.2 Waktu Penelitian	91
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	91
4.1 Hasil Penelitian	92
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	92
4.1.1.1 Profil Hotel The Priangan Ciamis	92
4.1.1.2 Visi dan Misi Hotel The Priangan Ciamis ...	94
4.1.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas pada Hotel The Priangan Ciamis	94
4.1.1.4 Produk dan Fasilitas yang ada di Hotel The Priangan Ciamis	98
4.1.1.5 Karakteristik Responden	100
4.1.2 Deskripsi Variabel yang Diteliti	104
4.1.2.1 Fasilitas Fisik	104
4.1.2.2 Komitmen Perusahaan	117
4.1.2.3 Kepuasan Konsumen	130
.....	
4.1.3 Pengujian Hipotesis	144
4.1.3.1 Pengaruh Fasilitas Fisik terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel The Priangan Ciamis.....	144

4.1.3.2	Pengaruh Komitmen Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel The Priangan Ciamis	151
4.1.3.3	Pengaruh Fasilitas Fisik dan Komitmen Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel The Priangan Ciamis	159
4.2	Pembahasan	169
4.2.1	Pengaruh Fasilitas Fisik terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel The Priangan Ciamis	169
4.2.2	Pengaruh Komitmen Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel The Priangan Ciamis	170
4.2.3	Pengaruh Fasilitas Fisik dan Komitmen Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel The Priangan Ciamis	172
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	176
5.1	Simpulan	176
5.2	Saran	177
	DAFTAR PUSTAKA	178
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Kuesioner Pra-Survey Mengenai Kepuasan Konsumen Di Hotel Boutique The Priangan Ciamis	7
Tabel 2.1	Fungsi-Fungsi Manajemen Menurut Para Ahli	16
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu yang Relevan	63
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	73
Tabel 3.2	Jumlah Pengunjung Hotel The Priangan Ciamis	75
Tabel 3.3	Skala Likert	79
Tabel 3.4	Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi	85
Tabel 3.5	Jadwal Kegiatan Penelitian	91
Tabel 4.1	Kriteria Penafsiran Kondisi Variabel Penelitian	104
Tabel 4.2	Penerangan Lampu Dalam di Bagian Luar Hotel Sangat Baik.....	105
Tabel 4.3	Pencahayaan di Bagian Exterior Hotel Mampu Membuat Pengunjung Merasa Nyaman	106
Tabel 4.4	Sirkulasi Udara di Ruangan Lobi Hotel Sangat Baik	107
Tabel 4.5	Sirkulasi Udara di Kamar Hotel Mampu Memberikan Kenyamanan Tersendiri Kepada Konsumen	108
Tabel 4.6	Pengunjung Merasa Nyaman Menggunakan Jasa Hotel Priangan Karena Tingkat Kebisingan di Hotel Sangat Terjaga	109
Tabel 4.7	Penggunaan Warna di Ruangan Hotel Mampu Membuat Pengunjung Nyaman	110
Tabel 4.8	Warna di Ruang Hotel Menimbulkan Rasa Percaya Diri Kepada Konsumen	111
Tabel 4.9	Penataan Ruangan Hotel Sangat Luas dan Tersusun Dengan Rapi	112
Tabel 4.10	Pihak Hotel Mampu Memberikan Fasilitas Parkir yang Luas Kepada Pengunjung	113
Tabel 4.11	Pengunjung Merasa Aman Pada Saat Meninggalkan Barang-Barang Berharga Dalam Ruangan Hotel	114
Tabel 4.12	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Fasilitas Fisik	115
Tabel 4.13	Penentuan Interval	117

Tabel 4.14 Pihak Hotel Mampu Memberikan Nilai-Nilai yang Positif Dalam Melayani Pengunjung	118
Tabel 4.15 Pihak Hotel Memiliki Komitmen yang Tinggi Dalam Melayani Pengunjung	119
Tabel 4.16 Pihak Hotel Selalu Sopan dan Murah Hati Ketika Melayani Pengunjung	120
Tabel 4.17 Pihak Hotel Selalu Berupaya Memberikan Pelayanan Prima Kepada Semua Pengunjung	121
Tabel 4.18 Karyawan Hotel Selalu Berkomitmen Untuk Terus Menjaga Hubungan yang Baik Dengan Pengunjung	122
Tabel 4.19 Karyawan Hotel Rela Untuk Berkorban Demi Kenyamanan Pengunjung	123
Tabel 4.20 Karyawan Hotel Selalu Siap Untuk Menolong Pengunjung yang Mengalami Kesulitan Ketika Berada di Hotel	124
Tabel 4.21 Karyawan Hotel Memiliki Komitmen Untuk Selalu Mematuhi Peraturan yang Berlaku Di Hotel	125
Tabel 4.22 Karyawan Hotel Memiliki Komitmen Untuk Selalu Bekerja Sesuai Dengan Sop Perusahaan	126
Tabel 4.23 Karyawan Hotel Selalu Menjunjung Tinggi Nilai-Nilai Perusahaan Dalam Melayani Pengunjung	127
Tabel 4.24 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Komitmen Perusahaan	128
Tabel 4.25 Penentuan Interval	130
Tabel 4.26 Pengunjung Merasa Puas Setelah Menggunakan Hotel The Priangan Dibandingkan Dengan Hotel Lain	131
Tabel 4.27 Konsumen Merasa Puas Karena Pelayanan yang Diberikan oleh Pihak Alfamart Sesuai Dengan yang Diharapkan Konsumen	132
Tabel 4.28 Pengunjung Merasa Puas Karena Pelayanan yang Diberikan Oleh Pihak Hotel Sesuai Dengan yang Diharapkan Konsumen	133
Tabel 4.29 Konsumen Merasa Puas Karena Pengunjung Merasa Puas Karena Pegawai Mampu Mengatasi Keluhan Konsumen	134
Tabel 4.30 Pengunjung Merasa Puas Karena Pegawai Mampu Mengatasi Keluhan Konsumen	135
Tabel 4.31 Pengunjung Merasa Puas Karena Pegawai Hotel Mampu Memberikan Pelayanan Secara Tepat Kepada Konsumen	136
Tabel 4.32 Pengunjung Merasa Puas Menggunakan Jasa Hotel The Priangan Dibandingkan di Hotel Lain	137

Tabel 4.33 Pengunjung Merasa Puas Karena Pihak Hotel Merupakan Jasa Penginapan yang Paling Tepat Dibandingkan Dengan Hotel Lain	138
Tabel 4.34 Pengunjung Merasa Puas Karena Pelayanan yang Diberikan Sangat Berbeda Dibandingkan Hotel Lain	139
Tabel 4.35 Pengunjung Merasa Puas Karena Kinerja Aktual Pelayanan yang Diberikan Sangat Sesuai Dengan Harapan Konsumen	140
Tabel 4.36 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Kepuasan Konsumen	141
Tabel 4.37 Penentuan Interval	143
Tabel 4.38 Rekap Hasil Analisis Deskriptif	143
Tabel 4.39 Nilai-Nilai Untuk Perhitungan Regresi dan Korelasi	144
Tabel 4.40 Nilai-Nilai Untuk Perhitungan Regresi dan Korelasi	152
Tabel 4.41 Nilai-Nilai Untuk Perhitungan Regresi dan Korelasi	159
Tabel4.42 Tabel Rekapitulasi Analisis Verifikatif	168

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Hubungan Antar Peran Manajerial	20
Gambar 2.2	Paradigma Penelitian	68
Gambar 3.1	Komponen dan Proses Penelitian Kuantitatif (Modifikasi)	71
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Hotel The Priangan Ciamis	95

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Data Volume Pengunjung Hotel The Priangan Ciamis Tahun 2017 – 2021	5
Grafik 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	99
Grafik 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	100
Grafik 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	101
Grafik 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Kerja	102
Grafik 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian/Kunjungan	103

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 SK Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 Surat Pengantar Izin Penelitian
- Lampiran 3 Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 4 Data Penguat Masalah (Pra Survey)
- Lampiran 5 Visi dan Misi Perusahaan
- Lampiran 6 Data Jumlah Populasi
- Lampiran 7 Surat Pengantar Angket
- Lampiran 8 Rekapitulasi Identitas Responden
- Lampiran 9 Data Jawaban Responden, Uji Validitas dan Uji Korelasi
- Lampiran 10 Hasil Perhitungan Korelasi Dan Regresi Menggunakan SPSS
- Lampiran 11 Tabel Distribusi T
- Lampiran 12 Tabel Distribusi F
- Lampiran 13 Riwayat Hidup

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Shinta. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Alma, Buchari. 2015. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Bansal, Harvir S., Irving, P. Gregory, dan Taylor, Shirley F., 2013. *Three- Component Model of Customer Commitment to Service Providers*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 32, No. 3, p. 234- 250.
- Budianto, A. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Ombak
- Chaffey, Dave & Ellis, Chadwick. 2016. *Digital Marketing, Sixth Edition*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Darmanto, dan Wardaya, Sri. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dedi Purwana ES, Rahmi, Shandy Aditya. 2017. *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* EISSN: 2580-4332 Vol. 1 No. 1 Juli 2017.
- Ellena, Frieda. 2013. *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi dna. Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah*. *Jurnal Ekonomi*. *Jurnal Ekonomi Undip*, Vol. 2, No. 1.
- Gibson, James L. *et.al.* 2012. *Organization: Bbehaviour, Structure, Processes. 14th Edition*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc
- Giese & Cote. 2012. *Academy of Marketing Science Review*. Defining Consumer Satisfaction Volume 20 No. 1.
- Hanafi, Mamduh M. 2013. *Manajemen* (Edisi Ketiga). Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Hasan, Ali. 2015. *Tourism Marketing*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Hasibuan, Malayu, S.P. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- _____. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi*. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara
- Hermann, M., Pentek, T., & Otto, B. 2015. *Design Principles for Industrie 4.0 Scenarios. Presented at the 40th Hawaii International Conference on System Science*.
- _____ & _____). *Kepuasan Pelanggan Di Aston Maaiun Hotel & Conference Center*. *Jurnal penelitian Ilmu Ekonomi WIGA* Vol. 7, 2017.

- Jawangga, Yan Hanif. 2019. *Dasar – Dasar Manajemen*. Klaten: PT. Cempaka Putih.
- Kagermann, H., Lukas, W.D., & Wahlster, W. 2013. *Final report: Recommendations for implementing the strategic initiative Industrie 4.0*. Industrie 4.0 Working Group.
- Kirom. 2015. *Mengukur Kinerja & Kepuasan Konsumen: Service Performance and Customer Satisfaction Measurement, Edisi Revisi*, Bandung: Pustaka Reka Cipta.
- Kotler, Philip dan Hermawan Kertajaya. 2016. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kotler, P dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 &2*. Jakarta: PT. Indeks.
- _____ dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi. 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2013. *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- M.Shabri Amri dan Eka Kesuma. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sulthan Hotel Banda Aceh*. Jurnal Manajemen, Vol. 4 No. 4.
- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia. Mulford.
- Ni Putu Sawitri, Ni Nyoman Kerti Yasa, dan Abdulah Jawas. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Tegal Sari Accommodation Di Ubud*. Jurnal Manajemen, Vol. 7, No. 1.
- Partogi, Joshua. 2015. *Manajemen Modern*. Yogyakarta: Andi.
- Peterson, C., & Seligman, M. E. 2015. *Strengths Of Character And Well-Being*. Journal of Social and Clinical Psychology.
- Prasetyo, Jatmiko. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Priansa, Donni Juni, Rismi Somad. 2014. *Manajeme Supervisi dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Bandung: Alfabeta.
- Quible, Zane K. 2015. *Administrative Office Management*. Pearson Prentice.
- Robbins, Stephen P., Timothy A. Judge. 2013. *Perilaku Organisasi Edisi 16*. Jakarta : Salemba Empat.
- Samsul, Arifin. 2019. *Pengaruh Kepercayaan, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Jepara Indah*. Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis, Vol. 8 No. 1.

- Sedarmayanti. 2015 *Manajemen Sumber Daya Manusia Reformasi Biokrasi dan. Manajemen Pegawai*. Yogyakarta: PT. Rafika Aditama.
- Setiawan, Mulyo dan Ukudi. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap loyalitas Nasabah (Studi pada PD. BPR Bank Pasar Kendal)*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Vol 2, No. 1.
- Silalahi, Ulber. 2013. *Asas – asas Manajemen*. Bandung: Cetakan Kedua. PT. Refika Aditama.
- Stanton J, William. 2012. *Prinsip Pemasaran Edisi ke-7*. Jakarta: Erlangga.
- Sudarmo, Atmadja. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sulthan Hotel Atrium Premier Yogyakarta*. Jurnal manajemen Pemasaran, Vol 2. No. 1, 2019.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Sudjana. 2013. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sulastiyono, Agus. 2013. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung; Alfabeta.
- Sunoyo. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Suprihanto, Jhon. 2014. *Manajemen*. Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Press.
- Surakhmad, Winarno. 2012. *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung : Tarsito.
- Terry, George R. 2012. *Prinsip-Prinsip Manajemen*, penerjemah J-Smith D.F.M. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta: Andi.
- _____. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2015. *Strategi Pemasaran. Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- _____ dan Gregorius Chandra. 2012. *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. 2013. *Riset Pemasaran dan perilaku Konsumen*. Jakarta: Rajawali.
- Utami, Indah Wahyu. 2017. *Perilaku Konsumen*. Sukoharjo: Cetakan Pertama. CV. Pustaka Bengawan.

Valentine, 2018. *Merek & Psikologi Konsumen : Implikasi pada Strategi. Pemasaran, Edisi Pertama*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Wheelen and Hunger. 2014. *Strategic Management And Bussines Policy*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.