

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

<http://eprints.ust.ac.id>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi Manajemen

Undergraduate Theses

Sitorus, Anita Hotmaida

2026

Pengaruh *Brand Image*, *Customer Experience* Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Hotel Sibayak Internasional Berastagi

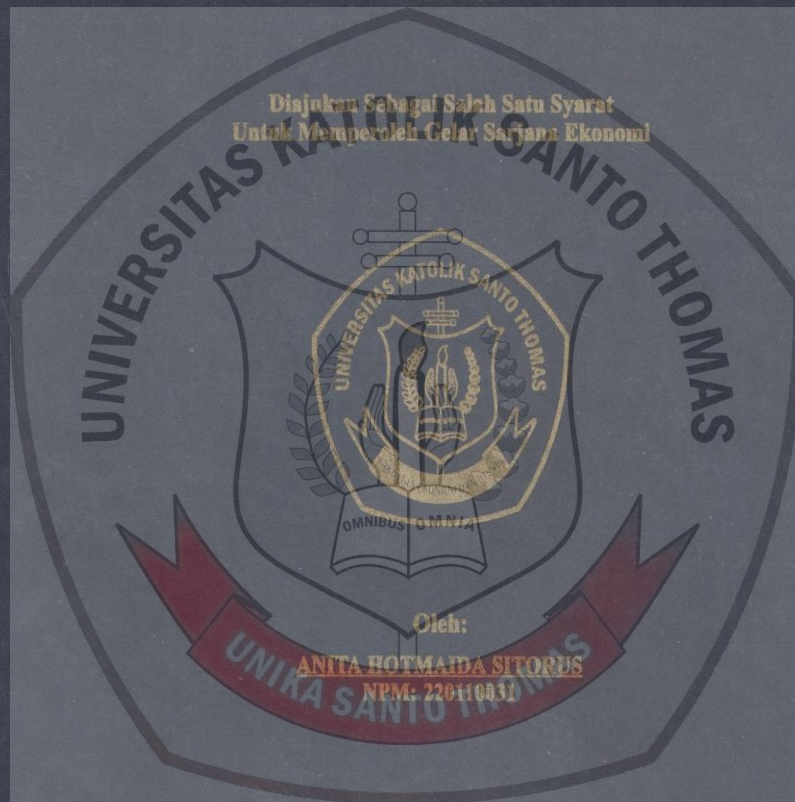
<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/1354>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN TAMU HOTEL SIBAYAK
INTERNASIONAL BERASTAGI**

SKRIPSI

Disajikan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

ANITA HOTMAIDA SITORES
NPM: 220110031

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
MEDAN
2026**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN TAMU HOTEL SIBAYAK
INTERNASIONAL BERASTAGI**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

ANITA HOTMAIDA SITORUS

NPM : 220110031

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN-S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
MEDAN
2026**

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN TAMU HOTEL SIBAYAK
INTERNASIONAL BERASTAGI**

ANITA HOTMAIDA SITORUS

NPM : 220110031

PROGRAM STUDI MANAJEMEN SI

Medan, 02 Juni 2026

**Disahkan Oleh
Ketua Program Studi**



Dr. Niska Irani Tarigan, S.Sos., MM
NIDN: 0108108002

**Disetujui Oleh
Pembimbing**

Imanuel Tarigan S.E M.Si
NIDN: 0112067702

PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN TAMU HOTEL SIBAYAK
INTERNASIONAL BERASTAGI**

ANITA HOTMAIDA SITORUS

NPM: 220110031

PROGRAM STUDI MANAJEMEN SI

Medan, 02 Juni 2026

Penguji I



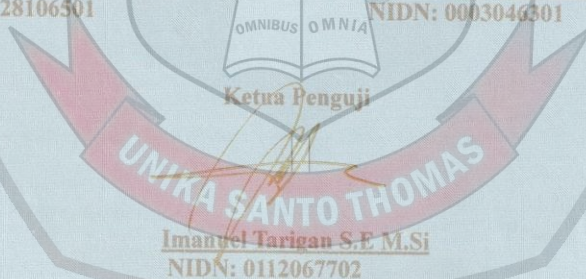
Dra. Roslinda Sagala, M.Si
NIDN: 0128106301

Penguji II



Anitha P. Tinambunan, SE, M.Si
NIDN: 0003046301

Ketua Penguji



Immanuel Tarigan S.E M.Si
NIDN: 0112067702

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Kornel Munthe, S.E.,MSi
NIDN: 0130096702

Ketua Program Studi



Dr. Miska Irani Br Tarigan, S.Sos.,MM
NIDN: 0108108002

PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Anita Hotmaida Sitorus

NPM : 220110031

Program Studi : Manajemen

Jenjang Program : Strata Satu

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, *Customer Experience* dan Fasilitas Terhadap

Kepuasan Tamu Hotel Sibayak Internasional Berastagi

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri bukan plagiat, baik sebagian ataupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik penelitian ilmiah.

Apabila kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiat dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan, 02 Juni 2026
Peneliti



Anita Hotmaida Sitorus
NPM: 220110031

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Anita Hotmaida Sitorus

NPM : 220110031

Program Studi : Manajemen

Jenjang Program : Strata Satu

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, *Customer Experience* dan Fasilitas
Terhadap Kepuasan Tamu Hotel Sibayak Internasional

Berastagi

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri bukan plagiat, baik sebagian ataupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik penelitian ilmiah.

Apabila kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiat dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan, 02 Juni 2026

Peneliti

Anita Hotmaida Sitorus
NPM: 220110031

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas

Nama : Anita Hotmaida Sitorus

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/Tanggal Lahir : Kandis, 22 April 2004

Agama : Kristen Protestan

Nama Ayah : Nanti Sitorus

Nama Ibu : Lemse Br. Sianipar

Alamat Orangtua : Jl. Setia Km 80, Kandis Kota, Riau

Alamat Penulis : Jl. Setia Budi, GG. Pepaya Ujung No. 7, Tanjung
Sari, Kecamatan Medan Selayang

Nomor HP : 082164563088

Riwayat Pendidikan

1. 2010-2016 : SD Negeri 02 Kandis
2. 2016-2019 : SMP Negeri 04 Kandis
3. 2019-2022 : SMK Negeri 1 Kandis
4. Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Katolik Santo Thomas Medan Tahun 2026.

MOTTO

**SERAHKANLAH SEGALA
KEKUATIRANMU KEPADA-NYA
SEBAB IA YANG MEMELIHARA KAMU
(1 PETRUS 5:7)**

**DAN APA SAJA YANG
KAMU MINTA DALAM DOA
DENGAN PENUH KEPERCAYAAN
KAMU AKAN MENERIMA NYA
(MATIUS 21:22)**

ABSTRAK

ANITA HOTMAIDA SITORUS, 220110031, 2022. “PENGARUH *BRAND IMAGE*, *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN TAMU HOTEL SIBAYAK INTERNASIONAL BERASTAGI”.

Pembimbing : Imanuel Tarigan, S.E., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, *customer experience* dan fasilitas terhadap kepuasan tamu hotel sibayak internasional berastagi. Data ini diperoleh melalui *survey* penyebaran kuesioner yang diberikan pada 96 (Sembilan Puluh Enam) orang responden pada Hotel Sibayak Internasional Berastagi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*, sedangkan analisis datanya yang digunakan adalah regresi *linear* berganda yang dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 25. Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 25 diketahui $KT = 1.175 + 0,207BI + 0,223CE + 0,347F$. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu, Nilai $t_{hitung} (2.045) > t_{tabel} (1,661)$. *Customer experience* berpengaruh positif dan signifikan dengan kepuasan tamu. Dengan nilai $t_{hitung} (3.021) > t_{tabel} (1,661)$. Terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas dengan kepuasan tamu. Dengan nilai $t_{hitung} (4.463) > t_{tabel} (1,661)$. Nilai koefisien determinasi (R^2) = 81,5% menunjukkan besarnya pengaruh *brand image*, *customer experience* dan fasilitas terhadap kepuasan tamu, sedangkan sisanya 18,5% dipengaruhi faktor lain seperti strategi promosi, *digital marketing* dan harga yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari hasil uji F diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 134.741 $> F_{tabel}$ sebesar 2.70 dan nilai signifikan F sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ sehingga H_0 ditolak dan H_4 diterima, artinya secara simultan variabel *brand image*, *customer experience* dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu pada Hotel Sibayak Internasional Berastagi.

Kata Kunci : Pengaruh *Brand Image*, *Customer Experience* dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu.

ABSTRACT

ANITA HOTMAIDA SITORUS, 220110031, 2022. “THE EFFECT OF BRAND IMAGE, CUSTOMER EXPERIENCE AND FACILITIES ON GUEST SATISFACTION OF HOTEL SIBAYAK INTERNATIONAL BERASTAGI”.

Supervisor: Imanuel Tarigan, SE, M.Si

This research discusses how the influence of brand image, customer experience and facilities on guest satisfaction at the Sibayak International Hotel in Berastagi. This data was obtained through a questionnaire survey given to 96 (Ninety Six) respondents at the Sibayak International Hotel in Berastagi. The sampling technique used was accidental sampling, while the data analysis used was multiple linear regression conducted using SPSS 25 software. The research method used in this study is a quantitative analysis method. Based on the results of the analysis using SPSS 25 software, it is known that $KT = 1.175 + 0.207BI + 0.223CE + 0.347F$. Brand image has a significant effect on guest satisfaction, t count (2.045) > t table (1.661). Customer experience has a significant effect on guest satisfaction. With t count (3.021) > t table (1.661). There is a significant influence between facilities and guest satisfaction. With a calculated t value (4.463) > t table (1.661). The coefficient of determination (R^2) = 81.5% indicates the magnitude of the influence of brand image, customer experience and facilities on guest satisfaction, while the remaining 18.5% is influenced by other factors such as promotional strategies, digital marketing and price that were not examined in this study. From the results of the F test, it is known that the calculated F is 134.741 > F table of 2.70 and the significant value of F is 0.000 < α (0.05) so that H_0 is rejected and H_4 is accepted, meaning that simultaneously the brand image, customer experience and facilities variables have a positive and significant effect on guest satisfaction at the Sibayak International Hotel Berastagi.

Keywords: *The Influence of Brand Image, Customer Experience and Facilities on Guest Satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan kasih karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH *BRAND IMAGE, CUSTOMER EXPERIENCE* DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN TAMU HOTEL SIBAYAK INTERNASIONAL BERASTAGI”**. Skripsi ini disusun sebagai syarat dalam mencapai gelar Sarjana (S1) pada jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas.

Dengan penulisan skripsi ini penulis tidak lepas dari berbagai hambatan dan rintangan namun berkat dukungan, bimbingan, bantuan motivasi serta doa dari berbagai pihak maka semua hambatan dan rintangan dapat teratasi. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Maidin Gultom S.H, M.Hum Selaku Rektor Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
2. Bapak Prof. Dr. Kornel Munthe selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
3. Ibu Dr. Miska Irani Tarigan MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Medan.
4. Ibu Esli Silalahi, SE, M.Si, Selaku Sekretaris Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
5. Bapak Imanuel Tarigan, SE M.Si, Selaku dosen pembimbing penulis yang telah memberikan arahan, masukan dan meluangkan waktu untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Dra. Roslinda Sagala, MSi selaku dosen penguji pertama yang telah memberikan masukan maupun arahan dalam penyusunan skripsi ini.

7. Ibu Anitha Paulina Tinambunan, SE, MSi, Selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan masukan maupun arahan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh dosen dan staf pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan yang telah banyak memberikan pelayanan dan kerjasama yang baik dengan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis, Ayahanda Nanti Sitorus dan Ibunda Lemse Sianipar yang selalu memberikan nasihat, kasih sayang doa dan semangat selama ini dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teristimewa kepada kakak saya Dina Mutiara Sitorus dan adik saya, Niko Sitorus, Riwanto Sitorus dan Nelson Sitorus yang selalu memberikan bantuan, dukungan dan semangat selama proses penyelesaian skripsi ini.
11. Kepada sahabat-sahabat penulis, yang ada Sesilia Kaban, Litna Ginting, Angel Sirait, Niken Barus, Mardippan Banjar Nahor Dan Dinal Saragih yang sudah menemani memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada teman-teman seperjuangan Manajemen A 2022, serta teman-teman seperdopingan yang turut mendukung, memberikan saran dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang turut memberikan dukungan kepada penulis dalam dalam proses penyelesaian skripsi ini.

14. Terakhir terimakasih kepada diri saya sendiri, karena telah mampu bertahan, berusaha keras dan berjuang selama proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis terbuka atas kritik dan saran yang bersifat konstruktif untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih dan mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang. Semoga tuhan menyertai kita semua.

Medan, 13 Mei 2026
Penulis,

ANITA HOTMAIDA SITORUS
NPM:220110031

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	14
1.3 Rumusan Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Pengertian dan Fungsi Pemasaran	17
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	17
2.1.2 Pengertian Pemasaran Jasa	18
2.1.3 Karakteristik Pemasaran Jasa	19
2.1.4 Fungsi pemasaran	21
2.2 <i>Brand Image</i>	23
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	23
2.2.2 Tujuan <i>Brand Image</i>	24
2.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i>	27
2.2.4 Indikator <i>Brand Image</i>	28
2.3 <i>Customer Experience</i>	30
2.3.1 Pengertian <i>Customer Experience</i>	30
2.3.2 Jenis-Jenis <i>Customer Experience</i>	31
2.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Customer Experience</i>	33
2.3.4 Indikator <i>Customer Experience</i>	35
2.4 Fasilitas	38
2.4.1 Pengertian Fasilitas.....	38

2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Fasilitas	38
2.4.3 Indikator Fasilitas	41
2.5 Kepuasan Tamu.....	43
2.5.1 Pengertian Kepuasan Tamu	43
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Tamu.....	44
2.5.3 Indikator Kepuasan Tamu.....	45
2.6 Kerangka Berpikir	46
2.6.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Tamu.....	47
2.6.2 Pengaruh <i>Costumer Experience</i> Terhadap Kepuasan Tamu ...	48
2.6.3 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu	48
2.7 Hipotesis	50
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	52
3.2 Populasi dan Sampel.....	52
3.2.1 Populasi	52
3.2.2 Sampel	52
3.3 Operasionalisasi Variabel	54
3.4 Skala Pengukuran Variabel	55
3.5 Teknik Pengumpulan Data	55
3.6 Teknik Analisis Data.....	56
3.6.1 Uji Validitas dan Realiabilitas	56
3.7 Uji Asumsi Klasik	57
3.7.1 Uji Normalitas	58
3.7.2 Uji Multikolinearitas.....	58
3.7.3 Uji Heteroskedasitas	59
3.7.4 Uji Autokorelasi	59
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda	60
3.8.1 Uji Hipotesis	61
3.9 Koefisien Determinasi (R^2).....	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	63
4.1.1 Sejarah Hotel Sibayak Internasional Berastagi	63
4.1.2 Visi dan Misi Hotel Sibayak Internasional Berastagi.....	64
4.1.3 Logo Hotel Sibayak Internasional Berastagi	65
4.1.4 Struktur Organisasi	66
4.1.5 Tugas dan Tanggung Jawab	67
4.2 Karakteristik Responden	72
4.3 Tanggapan Responden	73
4.3.1 Tanggapan Responden Tentang <i>Brand Image</i>	73
4.3.2 Tanggapan Responden Tentang <i>Customer Experience</i>	76
4.3.3 Tanggapan Responden Tentang Fasilitas	78
4.3.4 Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Tamu	80
4.4 Hasil Penelitian.....	81
4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Parsial.....	81
4.4.2 Uji Validitas dan Reabilitas Secara Simultan	86
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	88
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	93
4.7 Uji Hipotesis	95
4.7.1 Uji Parsial (Uji t)	95
4.7.2 Uji Simultan (Uji F).....	96
4.8 Koefisien Determinasi	97
4.9 Pembahasan	98
4.9.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Tamu Pada Hotel Sibayak International Berastagi.	98
4.9.2 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Kepuasan Tamu Pada Hotel Sibayak International Berastagi.....	99
4.9.3 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Pada Hotel Sibayak International Berastagi.	100

4.9.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Customer Experience</i> dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Pada Hotel Sibyak International Berastagi.....	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	102
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA.....	104

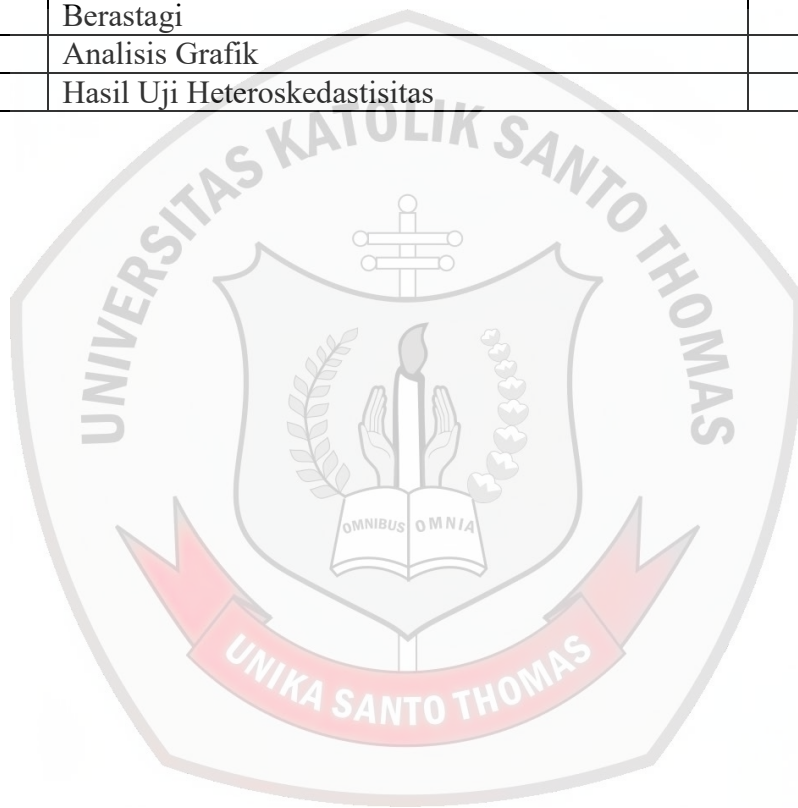


DAFTAR TABEL

Tabel	Nama Tabel	Halaman
1.1	Jumlah Pengunjung Hotel Sibayak Internasional Berastagi Januari-Desember 2025	5
3.1	Operasionalisasi Variabel	54
3.2	Instrumen skala likert	55
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	73
4.3	Data Instrumen <i>Brand Image</i>	74
4.4	Data Instrumen <i>Customer Experience</i>	75
4.5	Data Instrumen Fasilitas	78
4.6	Data Instrumen Kepuasan Tamu	80
4.7	Case Processing Summary	81
4.8	Reliability Statistics	82
4.9	Item-Total Statistics	82
4.10	Case Processing Summary	82
4.11	Reliability Statistics	83
4.12	Item-Total Statistics	83
4.13	Case Processing Summary	84
4.14	Reliability Statistics	84
4.15	Item-Total Statistics	84
4.16	Case Processing Summary	85
4.17	Reliability Statistics	85
4.18	Item-Total Statistics	85
4.19	Case Processing Summary	86
4.20	Reliability Statistics	86
4.21	Item-Total Statistics	87
4.22	Hasil Uji Statistik	89
4.23	Hasil Uji Multikolinearitas	90
4.24	Hasil Uji Autokorelasi	92
4.25	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	93
4.26	Hasil Uji t	95
4.27	Hasil Uji F	96
4.28	Hasil Koefisien Determinasi	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Nama Gambar	Halaman
1.1	Perbandingan ulasan tamu positif dan negatif yang pernah Berkunjung pada Hotel Sibayak Berastagi	8
1.2	Ulasan Tamu mengenai fasilitas hotel yang pernah Berkunjung pada Hotel Sibayak Berastagi	11
2.1	Kerangka Berpikir	50
4.1	Logo Hotel Sibayak Internasional Berastagi	65
4.2	Struktur Organisasi Hotel Sibayak Internasional Berastagi	66
4.3	Analisis Grafik	88
4.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas	91



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ahmad, L. & Munawir (2018). *Sistem Informasi Manajemen*. Kota Banda Aceh: KITA Publisher.
- Ali, Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Andi, Irawan. (2014). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT Elexmedia Computindo. Jakarta.
- Arafat, Wilson. (2016). *Menggenggam Strategi dan Kunci-kunci sukses menancapkan Image Perusahaan yang Kokoh*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Firmansyah, Anang (2019), *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Cetakan Pertama. Jakarta : CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. (2019). *Desain Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, M. S. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan ke empat belas*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indrasari, M. (2017). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Irwan, P. (2014), *Manajemen Strategi*, Yrama Widya, Bandung.
- Kertajaya, Hermawan. (2015). *Marketing Klasik Indonesia*. Bandung: Mizan.
- Kotler, & Keller. (2020). *Manajemen Pemasaran (Edisi 16)*. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lupiyoadi, (2016), *Manajemen pemasaran jasa teori dan praktik* . Edisi 1. Salemba Empat, Jakarta.
- Meyer, C. & Schwager. (2014). *Memahami Pengalaman Pelanggan*. Jakarta: Penerbit PPM (Harvard Business Review On Point).
- Sangadji., dan Sopiah, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Lombok: Forum Pemuda Aswaja.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. & Gremler, D. D., 2013. *Pemasaran Jasa*. Edisi ke-6. Jakarta: Salemba Empat.

JURNAL

Andari, M. P., & Mulyantomo, E. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel Pandanaran Semarang)*. *Solusi*, 18(3).

Dewangga, I. P. G. G., Saharjo, S. J., & Putra, P. G. P. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Mercure Bali Legian*. *Jurnal Mosaik Hospitaliti*, 6(1), 11-19.

Harum, I. B. D., Junaedi, I. W. R., & Krismawintari, N. P. D. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Customer Experience, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Hotel Dune Seseh*. *JURNAL EKONOMIKA, BISNIS, DAN HUMANIORA*, 4(3), 329-338.

Susanto, G. A., Agung, A. A. P., & Teja, I. N. A. G. E. (2026). *Pengaruh Customer Experience, Service Quality, dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Tamu Pada Fame Hotel Bali*. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1), 3176-3188.

Sutariani, N. L. S., Junaedi, I. W. R., & Mertayasa, I. G. A. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Hotel Padma Resort Legian*. *JURNAL EKONOMIKA, BISNIS, DAN HUMANIORA*, 4(3), 301-312.

Wibowo, A. A., & Yunita, C. (2023). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Tamu di the Margo Hotel*. *Jurnal Pijar*, 1(3), 547-558.