

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

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

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

Tarigan, Siska Perbinanta

2025

Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Samosir Cottages Resort Tuktuk

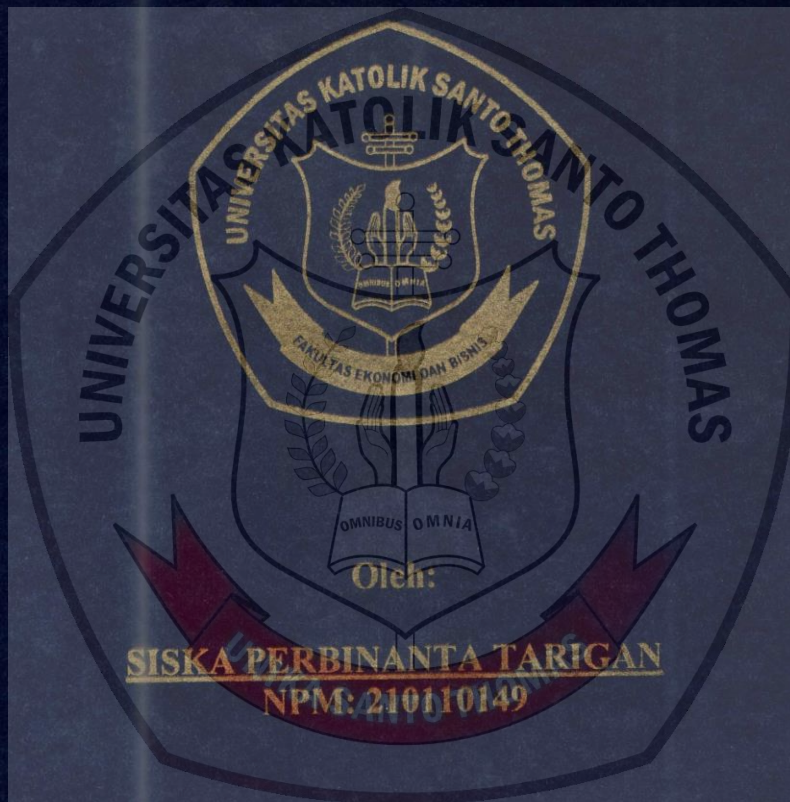
<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/861>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL SAMOSIR
COTTAGES RESORT TUKTUK**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**



**MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
MEDAN
2025**

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN
MENGINAP PADA HOTEL SAMOSIR COTTAGES RESORT TUKTUK**

SISKA PERBINANTA TARIGAN

NPM: 210110149

PROGRAM STUDI MANAJEMEN SI

MEDAN, 26 NOVEMBER 2025

UNIKA SANTO THOMAS

**Disahkan Oleh:
Ketua Program Studi**



**Disetujui Oleh:
Pembimbing**

A handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Siska', is written over a faint, larger version of the Universitas Katolik Santo Thomas stamp.

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

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

PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN
MENGINAP PADA HOTEL SAMOSIR COTTAGES RESORT TUKTUK**

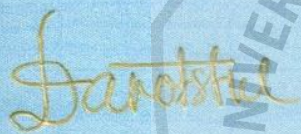
SISKA PERBINANTA TARIGAN

NPM: 210110149

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

MEDAN, 26 NOVEMBER 2025

Penguji I



Dr. Pandapotan Sitompul, MM
NIDN : 0412116401

Penguji II



Darwis Tamba, SE, MSi
NIDN : 0103056601

Ketua Penguji



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

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Kornel Munthe
NIDN: 0130096702

Ketua Program Studi



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

ABSTRAK

SISKA PERBINANTA TARIGAN, 210110149. 2025. “PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PADA HOTEL SAMOSIR COTTAGES RESORT TUKTUK”.

Pembimbingan : Dr. Miska Irani Br Tarigan, S.Sos,MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan menginap pada Hotel Samosir Cottages Resort Tuktuk. Pengumpulan data ini melalui kuesioner dan teknik dokumentasi. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan responden sebanyak 155 responden yang diambil dengan menggunakan sampling *purposive*. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel independen yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik terhadap variabel dependent yaitu keputusan menginap. Dari hasil pengujian F simultan ditunjukkan pada nilai F hitung sebesar $(47.509) > F$ tabel $(2,07)$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < (0,05)$ dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap. Dari hasil pengujian parsial (uji t) diperoleh nilai produk t hitung $(2.118) > t$ tabel $(1,655)$, harga t hitung $(2.013) > t$ tabel $(1,655)$, tempat $(2.551) > t$ tabel $(1,655)$, promosi t hitung $(2.346) > t$ tabel $(1,655)$, orang $(2.106) > t$ tabel $(1,655)$, proses $(2.145) > t$ tabel $(1,655)$ dan bukti fisik $(2.529) > t$ tabel $(1,655)$. Artinya produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap pada Hotel Samosir Cottages Resort Tuktuk.

Dari hasil pembahasan regresi linear berganda $KM = 0,945 + 0,187(P_k) + 0,103(H) + 0,204(T) + 0,170(P_i) + 0,167(O) + 0,254(P_s) + 0,267(BF) + e_i$. Dapat disimpulkan bahwa produk, harga, tempat, promosi, orang, proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap pada Hotel Samosir Cottages Resort Tuktuk. Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.693. Artinya keputusan menginap dapat dijelaskan oleh produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik sebanyak 69,3% sedangkan 30,7% lagi dapat dijelaskan faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, Bukti Fisik

ABSTRACT

SISKA PERBINANTA TARIGAN, 210110149. 2025. "THE INFLUENCE OF SERVICES MARKETING MIX ON DECISIONS TO STAY AT SAMOSIR COTTAGES RESORT TUKTUK HOTEL".

Supervisor: Dr. Miska Irani Br Tarigan, S.Sos,MM

This research aims to determine and explain the influence of the service marketing mix on the decision to stay at the Samosir Cottages Resort Tuktuk Hotel. This data was collected through questionnaires and documentation techniques. The research method used was quantitative with 155 respondents taken using purposive sampling. Data analysis in this research used SPSS version 25.

The results of this research show that there is a relationship between the independent variables, namely product, price, place, promotion, people, process and physical evidence, to the dependent variable, namely the decision to stay overnight. From the results of the simultaneous F test shown in the calculated F value of $(47,509) > F$ table (2.07) with a significance level of $0.000 < (0.05)$, it can be concluded that simultaneously the variables product, price, place, promotion, people, process and physical evidence have a significant effect on employee performance. From the results of the partial test (t test) it was obtained that the product value was t calculated $(2.118) > t$ table (1.655) , price t calculated $(2.013) > t$ table (1.655) , place $(2.551) > t$ table (1.655) , promotion t calculated $(2.346) > t$ table (1.655) , people $(2.106) > t$ table (1.655) , process $(2.145) > t$ table (1.655) and physical evidence $(2.529) > t$ table (1.655) . This means that product, price, place, promotion, people, process and physical evidence have a positive and significant influence on the decision to stay at the Samosir Cottages Resort Tuktuk.

From the results of the discussion of multiple linear regression $KM = 0,945 + 0,187(Pk) + 0,103(H) + 0,204(T) + 0,170(Pi) + 0,167(O) + 0,254(Ps) + 0,267(BF) + ei$. It can be concluded that product, price, place, promotion, people, process have a positive and significant influence on the decision to stay at the Samosir Cottages Resort Tuktuk Hotel. The coefficient of determination (R Square) is 0.693. This means that the decision to stay overnight can be explained by product, price, place, promotion, people, process and physical evidence as much as 69.3%, while another 30.7% can be explained by other factors not explained in this research.

Keywords: Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, kasih dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PADA HOTEL SAMOSIR COTTAGES RESORT TUKTUK**”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Sarjana (S1) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Proses penyelesaian skripsi ini bukanlah perjalanan yang mudah. Banyak tantangan, keterbatasan dan proses pembelajaran yang harus penulis hadapi. Namun berkat dukungan, bimbingan serta doa dari berbagai pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Maidin Gultom, SH., M.Hum**, selaku Rektor Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
2. Bapak **Kornel Munthe, S.E., M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
3. Ibu **Miska Irani Tarigan, S.Sos, MM** selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan dan sekaligus dosen pembimbing skripsi penulis yang telah memberikan motivasi, arahan, masukan dan meluangkan waktu untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Ibu **Esli Silalahi, SE, M.Si**, selaku sekretaris Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
5. Bapak **Dr. Pandapotan Sitompul, MM** selaku dosen penguji pertama yang telah memberikan saran dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak **Darwis Tamba, SE, Msi** selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan saran dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh **Dosen dan Staff Pegawai** pada Universitas Katolik Santo Thomas Medan yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis.
8. Terimakasih kepada **Pimpinan dan Staff Hotel Samosir Cottages Resort Tuktuk** yang telah mengizinkan riset dan memberikan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
9. Teristimewa kepada Orangtua penulis Bapak **Hendricus Tarigan** dan Ibu **Meriaty Perangin Angin**. Terima kasih atas cinta tanpa syarat, doa yang tidak pernah putus serta pengorbanan yang tidak dapat diungkapkan dengan kata-kata. Segala pencapaian dalam skripsi ini tidak lepas dari kerja keras dan ketulusan hati mereka dalam mendampingi setiap langkah penulis hingga akhirnya mampu menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada kekasih tercinta **Jerry Sarif Ambrosius Manalu**, yang telah setia mendampingi selama proses penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih yang tulus penulis sampaikan atas kehadiran, kesabaran

serta dukungan yang diberikan, baik secara mental maupun finansial yang sangat berarti bagi kelancaran penelitian ini. Setiap perhatian dan dorongan yang diberikan menjadi sumber kekuatan bagi penulis hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

11. Kepada adik adik penulis **Wulan Fridonta Tarigan, Yosivayona Tarigan** dan **Evano Radika Tarigan** yang terkasih. Terima kasih atas perhatian, motivasi dan doa yang turut menguatkan penulis hingga akhirnya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

12. Kepada sahabat penulis **Wulan Sri Hartati Sipahutar, Hessarent Pantera Sinaga, Dela Sinaga** dan **Shanty Patrecya Sidaauruk** yang sudah menemani serta memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.

13. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for just being me at all times.*

Medan, 26 November 2025

Penulis

Siska Perbinanta Tarigan

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	19
1.3 Rumusan Masalah.....	20
1.4 Tujuan Penelitian.....	21
1.5 Manfaat Penelitian.....	22
1.5.1 Manfaat Praktis	22
1.5.2 Manfaat Teoritis	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1 Manajemen Pemasaran	23
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	23
2.1.2 Tujuan dan Fungsi Manajemen Pemasaran	23
2.2 Manajemen Pemasaran Jasa	26
2.2.1 Aspek Manajemen Pemasaran Jasa	26
2.2.2 Tujuan Manajemen Pemasaran Jasa	27
2.3 Bauran Pemasaran Jasa.....	28

2.3.1 Produk Jasa	29
2.3.1.1 Pengertian Produk Jasa	29
2.3.1.2 Konsep Tingkatan Produk Jasa.....	30
2.3.1.3 Klasifikasi Produk Jasa.....	31
2.3.1.4 Indikator Produk Jasa	32
2.3.2 Harga	33
2.3.2.1 Pengertian Harga	33
2.3.2.2 Penetapan Differensiasi Harga	34
2.3.2.3 Tujuan Penetapan Harga	34
2.3.2.4 Indikator Harga	35
2.3.3 Tempat.....	37
2.3.3.1 Pengertian Tempat	37
2.3.3.2 Faktor Faktor Pemilihan Tempat	38
2.3.3.3 Manfaat Penetapan Lokasi	39
2.3.3.4 Indikator Tempat.....	40
2.3.4 Promosi	41
2.3.4.1 Pengertian Promosi	41
2.3.4.2 Fungsi Promosi.....	42
2.3.4.3 Tujuan Promosi	42
2.3.4.4 Indikator Promosi	44
2.3.5 Orang.....	45
2.3.5.1 Pengertian Orang.....	45
2.3.5.2 Aspek Aspek Orang	46
2.3.5.3 Faktor Faktor yang mempengaruhi Orang	46

2.3.5.4 Indikator People/Orang	47
2.3.6 Proses	47
2.3.6.1 Pengertian Proses.....	47
2.3.6.2 Klasifikasi Proses	48
2.3.6.3 Strategi Pemilihan Proses	49
2.3.6.4 Indikator Process/Proses	49
2.3.7 Bukti Fisik.....	50
2.3.7.1 Pengertian Bukti Fisik.....	50
2.3.7.2 Tipe Bukti Fisik.....	51
2.3.7.3 Cara Mengelola Bukti Fisik	51
2.3.7.4 Indikator Physical Evidence/Bukti Fisik	52
2.4 Keputusan Menginap.....	52
2.4.1 Pengertian Keputusan Menginap	52
2.4.2 Proses Pengambilan Keputusan pelayanan.....	53
2.4.3 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menginap	54
2.4.4 Indikator Keputusan Menginap.....	56
2.5 Kerangka Berpikir	57
2.5.1 Pengaruh Produk terhadap keputusan menginap.....	57
2.5.2 Pengaruh Harga terhadap keputusan menginap.....	57
2.5.3 Pengaruh Tempat terhadap keputusan menginap	58
2.5.4 Pengaruh Promosi terhadap keputusan menginap	58
2.5.5 Pengaruh Orang terhadap keputusan menginap	58
2.5.6 Pengaruh Proses terhadap keputusan menginap.....	59
2.5.7 Pengaruh Bukti Fisik terhadap keputusan menginap	59

2.5.8 Skema Kerangka Berpikir	60
2.6 Hipotesis	60
BAB III METODE PENELITIAN	62
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	62
3.2 Populasi dan Sampel	63
3.2.1 Populasi	63
3.2.2 Sampel	63
3.3 Sumber Data	64
3.4 Teknik Pengumpulan Data	64
3.5 Operasional Variabel Penelitian	65
3.6 Skala Pengukuran	67
3.7 Metode Analisis Data	68
3.7.1 Uji Validitas	68
3.7.2 Uji Reabilitas	68
3.8 Uji Asumsi Klasik	69
3.8.1 Uji Normalitas	69
3.8.2 Uji Heterokedastisitas	70
3.8.3 Uji Multikolinearitas	70
3.9 Teknik Analisis Regresi	71
3.9.1 Uji Regresi Linier Berganda	71
3.10 Pengujian Hipotesis	72
3.10.1 Uji Parsial (Uji-T)	72
3.10.2 Uji Simultan (F)	72
3.11 Koefisien Determinasi	73

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	74
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	74
4.1.1. Sejarah Berdirinya Hotel Samosir Cottages Resort Tuk-Tuk	74
4.1.2. Visi dan Misi Hotel Samosir Cottages Resort Tuk-Tuk.....	75
4.1.3. Logo Hotel Samosir Cottages Resort Tuk-Tuk	75
4.1.4. Struktur Organisasi Hotel Samosir Cottage Resort Tuk-Tuk.....	77
4.2 Identitas Responden.....	80
4.3 Tanggapan Responden.....	82
4.3.1 Tanggapan Responden Tentang Produk	82
4.3.2 Tanggapan Responden Tentang Harga	83
4.3.3 Tanggapan Responden Tentang Tempat	84
4.3.4 Tanggapan Responden Tentang Promosi	85
4.3.5 Tanggapan Responden Tentang Orang.....	87
4.3.6 Tanggapan Responden Tentang Proses	88
4.3.7 Tanggapan Responden Tentang Bukti Fisik.....	89
4.3.8 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Menginap	90
4.4 Hasil Penelitian.....	91
4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Parsial	91
4.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Simultan.....	99
4.5 Uji Asumsi Klasik	101
4.5.1 Uji Normalitas	101
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas	103
4.5.3 Uji Multikolinieritas	104
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	105

4.7 Uji Hipotesis	107
4.7.1 Uji Parsial (Uji t)	107
4.7.2 Uji Simultan (Uji F).....	109
4.8 Koefisien Determinasi	109
4.9 Pembahasan	110
4.9.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Menginap pada hotel Samosir Cottages Resort Tuktuk.....	110
4.9.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Menginap	111
4.9.3 Pengaruh Tempat Terhadap Keputusan Menginap	112
4.9.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menginap	113
4.9.5 Pengaruh Orang Terhadap Keputusan Menginap.....	114
4.9.6 Pengaruh Proses Terhadap Keputusan Menginap	115
4.9.7 Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Keputusan Menginap.....	116
BAB V SARAN DAN KESIMPULAN.....	118
5.1 Kesimpulan	118
5.2 Saran	120
DAFTAR PUSTAKA.....	122

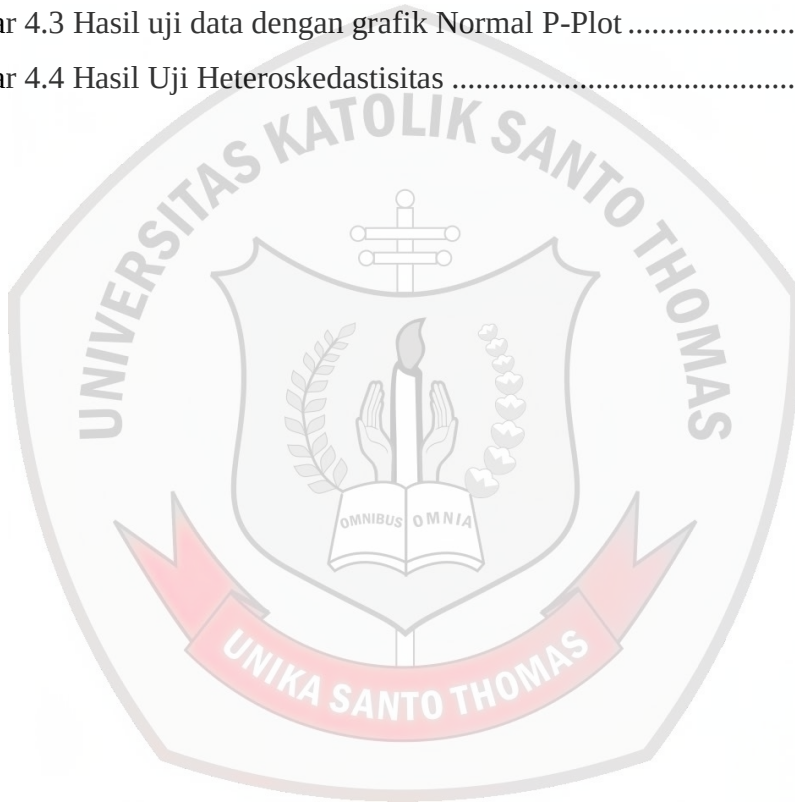
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah kunjungan wisatawan Danau Toba (2021-2024).....	2
Tabel 1.2 Data Hotel Wilayah Danau Toba 2024.....	3
Tabel 1.3 Harga Kamar Samosir Cottages Resort Tuktuk.....	10
Tabel 1.4 Data Room Sold Hotel Samosir Cottages Resort Tuktuk 2024.....	10
Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel	66
Tabel 3.2 Skala Likert	68
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	81
Tabel 4.3 Data Instrumen Produk	82
Tabel 4.4 Data Instrumen Harga	83
Tabel 4.5 Data Instrumen Tempat.....	84
Tabel 4.6 Data Instrumen Promosi.....	85
Tabel 4.7 Data Instrumen Orang.....	87
Tabel 4.8 Data Instrumen Proses	88
Tabel 4.9 Data Instrumen Bukti Fisik.....	89
Tabel 4.10 Data Instrumen Keputusan Menginap.....	90
Tabel 4.11 Case Processing Summary.....	91
Tabel 4.12 Reliability Statistics	92
Tabel 4.13 Item-Total Statistics	92
Tabel 4.14 Case Processing Summary.....	92
Tabel 4.15 Reliability Statistics	93
Tabel 4.16 Item-Total Statistics	93
Tabel 4.17 Case Processing Summary	93
Tabel 4.18 Reliability Statistics	94
Tabel 4.19 Item-Total Statistics	94
Tabel 4.20 Case Processing Summary	94
Tabel 4.21 Reliability Statistics	95
Tabel 4.22 Item-Total Statistics	95
Tabel 4.23 Case Processing Summary	95
Tabel 4.24 Reliability Statistics	96

Tabel 4.25 Item-Total Statistics	96
Tabel 4.26 Case Processing Summary	96
Tabel 4.27 Reliability Statistics	97
Tabel 4.28 Item-Total Statistics	97
Tabel 4.29 Case Processing Summary	97
Tabel 4.30 Reliability Statistics	98
Tabel 4.31 Item-Total Statistics	98
Tabel 4.32 Case Processing Summary	98
Tabel 4.33 Reliability Statistics	99
Tabel 4.34 Item-Total Statistics	99
Tabel 4.35 Case Processing Summary	99
Tabel 4.36 Reliability Statistics	100
Tabel 4.37 Item-Total Statistics	100
Tabel 4.38 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov- Smirnov Test One- Sample Kolmogorov-Smirnov Test	102
Tabel 4.39 Hasil Uji Multikolinearitas.....	104
Tabel 4.40 Coefficients ^a	105
Tabel 4.41 ANOVA ^a	109
Tabel 4.42 Model Summary ^b	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Google Maps Samosir Cottages Resort Tuktuk	12
Gambar 1.2 Tiktok Samosir Cottages Resort Tuktuk	15
Gambar 1.3 Instagram Samosir Cottages Resort Tuktuk.....	16
Gambar 1.4 Google Maps Samosir Cottages Resort Tuktuk	17
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	60
Gambar 4.1. Logo Hotel Samosir Cottage Resort Tuk-Tuk	75
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Samosir Cottages.....	77
Gambar 4.3 Hasil uji data dengan grafik Normal P-Plot	102
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	103



DAFTAR LAMPIRAN

No	Nama Lampiran
1.	Kuisisioner
2.	Hasil Kuisisioner
3.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Produk
4.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga
5.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Tempat
6.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi
7.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Orang
8.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Proses
9.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Bukti Fisik
10.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Mengingat
11.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Simultan
12.	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
13.	Uji Asumsi Klasik
14.	Hasil Uji Hipotesis
15.	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)
16.	Lembar Pengajuan Judul
17.	Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis tentang Pengangkatan Dosen Pembimbing dan Penguji Skripsi
18.	Surat Permohonan Riset
19.	Undangan Seminar Proposal Skripsi
20.	Berita Acara dan Daftar Hadir Seminar Proposal Skripsi
21.	Lembar Revisi Seminar Proposal Skripsi
22.	Lembar ACC Penggandaan Skripsi
23.	Surat Keterangan Bebas Perpustakaan
24.	Surat Undangan Meja Hijau
25.	Kartu bimbingan Skripsi
26.	Buku Yang Digunakan

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R., & Wardana, A. (2017). *Strategi pemasaran: Teori dan aplikasi*. Yogyakarta: Deepublish
- Alma, B. (2014). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Pen. Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Arukinto, A. (2019). *Metode Penelitian dan Pengumpulan Data dalam Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Assuari, M. (2010). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Erlangga.
- Bowie, D., & Buttle, F. (2007). *Pemasaran Jasa Perhotelan: Sebuah Pendekatan Strategik* (Terj. Ni Made Swasthi Widiasthini). Jakarta: Indeks.
- Budi, S. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fahmi, I. (2021). *Manajemen Strategik: Teori dan Aplikasi* (hal. 568). Bandung: Alfabeta.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman untuk Penelitian dan Praktik Bisnis*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hurriyati, R. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa: Pendekatan Terpadu dan Praktis*. Bandung: Alfabeta.
- Hurriyati, R. (2019). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kartajaya, H. (2010). *Marketing+: A to Z tentang marketing dan aplikasinya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Kotler, P. (2009). *Marketing Management* (13th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran* (B. Sabran, Penerjem.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Principles of marketing* (14th ed., hal. 151). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2010). *Pemasaran* (Edisi 1, Buku 1, Terj. Damos Sihombing). Jakarta: Salemba Empat.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services marketing: People, technology, strategy* (7th ed.). Boston: Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2006). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran* (hal. 92). Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen pemasaran jasa* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Ma'ruf, H. (2005). *Manajemen pemasaran: Strategi dan implementasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mini, S. A. (2015). *Manajemen pemasaran dan strategi bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Munir, M. (2018). *Manajemen pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Mursid, S. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa: Konsep dan Penerapan dalam Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Payne, A. (2001). *Pemasaran jasa* (F. Tjiptono, Penerjem.). Yogyakarta: ANDI.
- Rahmana, A. (2009). *Manajemen pemasaran* (hal. 79). Yogyakarta: Andi.
- Ramadani, M. (2019). *Manajemen pemasaran* (hal. 39). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji, E. M., & Sopiah, D. (2013). *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Sarjono, A., & Julianita, I. (2011). *Statistika untuk Penelitian: Pendekatan Terapan* (Edisi Revisi). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku konsumen: Perspektif kontemporer pada motif, tujuan dan keinginan konsumen*. Jakarta: Prentice Hall.
- Setyaningrum, dkk. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Shinta. (2011). *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Strategis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugioyo, S. (2019). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis dan Manajemen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono, S. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi 2, Cetakan ke-3). Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto, S. (2011). *Sistem Informasi Manajemen dan Aplikasi* (Edisi Revisi). Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunyoto, D. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Sunyoto, D. (2019). *Manajemen pemasaran* (hal. 82). Yogyakarta: CAPS (Cerdas Aktif Persada Sejahtera).
- Swastha, B. (2008). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi pemasaran* (Edisi 4, hal. 26). Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (Edisi 1). Yogyakarta: ANDI.
- Zaiz, A. (2014). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Strategi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (dalam Iffan et al., 2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*.

JURNAL

- Aditya, E., & Wardana, I. W. (2017). *Peran brand equity dalam memediasi pengaruh word of mouth terhadap niat beli*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 6(2), 2519–861.
- Alfonso, A., & Onggusti, A. (2013). *Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada hotel berbintang di Indonesia*. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 5(2), 170–180.
- Alfonso, J., & Onggusti, V. (2013). *Pengaruh harga, produk, lokasi, dan promosi terhadap minat beli konsumen di hotel butik bintang 3 di Surabaya*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* (Vol. 13, No. 2, hlm. 174).
- Awinasi, N. W., & Rastini, N. M. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Inna Grand Bali Beach*. *Jurnal Pemasaran Pariwisata*, 14(3), 101-115.
- Bassi, A. (2014). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Konsumen pada Hotel Bintang Dua di Kota Palembang*. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen*, 10(2), 123-135.
- Fure, H. (2013). *Lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan: Pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca*. *Jurnal EMBA*, 1(3), 273–283.
- Hanggara, D. K., & Hussein, A. S. (2023). *Pengaruh product quality, service quality, dan perceived value terhadap repurchase intention*. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 2(3), 660–674
- Hanggara, M., & Hussein, A. (2023). *Konsep tingkatan produk: Adaptasi model Kotler dengan pendekatan praktis dalam pemasaran*. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Terapan*, 8(2), 45–58
- Hazfa, M. J., Nursanti, A., & Noviasari, H. (2014). *Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan penggunaan jasa pada Hotel Furaya*. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen*, 12(1), 45-59.
- Iqbal, M. (2020). *Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen untuk Menginap di Hotel Bintang Lima Kota Palembang*. *Integritas: Jurnal Manajemen Profesional*, 1(2), 145–162.
- Kavanillah, D., & Ridlwan, A. A. (2018). *Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan menginap pada Hotel Andita Syariah Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(2), 45-59.

- Maulana, K., & Satrio, B. (2019). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian di Hotel Horison Arcadia Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8(6), 1–18.
- Mustofa, B., & Khuzaini. (2022). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan menginap di Hotel Grand Inna Tunjungan Surabaya. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(4), 1–10.
- Supriyanto, M., & Taali, M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap di The Sun Hotel Madiun. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen Hotel*, 15(2), 78-92.
- Wulansari, N., Abrian, Y., & Adrian, A. (2021). Pengaruh faktor-faktor perilaku konsumen terhadap keputusan menginap. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, Vol. 10(2), 1–12.

