

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

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

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

Sipayung, Parsaulian

2025

Pengaruh Fasilitas, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Menginap Pelanggan Pada Oase Guest House Medan

<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/784>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

**PENGARUH FASILITAS, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN MENGINAP PELANGGAN PADA OASE
GUEST HOUSE MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

PARSAULIAN SIPAYUNG

210111004

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

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH FASILITAS, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PELANGGAN
PADA OASE GUEST HOUSE MEDAN**



Dr. Miska Irani Br Tarigan, S.Sos., M.M
NIDN : 0108108602

Darwis Tamba, S.E., M.Si
NIDN : 0103056601

PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH FASILITAS, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PELANGGAN
PADA OASE GUEST HOUSE MEDAN**

PARSAULIAN SIPAYUNG

NIM : 210111004

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Medan, 18 Juni 2025

Penguji I

Penguji II

Dra. Roslinda Sagala, M.Si
NIDN : 0128106501

Dra. Elisabeth Simangunsong, M.Si
NIDN : 0129086602

Ketua Penguji

Darwis Tamba, S.E., M.Si
NIDN : 0103056601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Kornel Munthe
NIDN : 0130096702

Ketua Program Studi

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



Scanned with CamScanner

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui seberapa besar pengaruh fasilitas, harga, dan promosi terhadap keputusan menginap pada *Oase Guest House* Medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah pelanggan pada *Oase Guest House* Medan sebanyak 89 orang. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi berganda. Dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 27, didapatkan hasil penelitian berupa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,877 atau sebesar 87,7%. Dengan demikian nilai tersebut berarti bahwa variabel Fasilitas (X1), harga (X2) dan Promosi (X3) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 87,7% terhadap harga *Oase Guest House* Medan, sedangkan sisanya yaitu sebesar 12,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Selain itu, statistic uji dominan, dapat diketahui bahwa variable promosi (X3) memiliki koefisien beta paling besar dengan standardized koefisien b sebesar 0,524 dibandingkan dengan variable lain yang memiliki nilai standardized koefisien b dibawah 0,524.

Kata kunci : fasilitas, harga, promosi , keputusan menginap



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine how much influence facilities, prices, and promotions have on the decision to stay at Oase Guest House Medan. The method used in this study is a descriptive method with a quantitative approach. The sample of this study was 89 customers at Oase Guest House Medan. The analysis used in this study was the multiple regression analysis technique. By using the help of SPSS software, the results of the study were obtained in the form of a determination coefficient value (R^2) of 0.877 or 87.7%. Thus, this value means that the variables Facilities (X_1), price (X_2) and Promotion (X_3) contribute an influence of 87.7% on the price of Oase Guest House Medan, while the remaining 12.3% is influenced by other variables not discussed in this study. In addition, the dominant test statistics, it can be seen that the promotion variable (X_3) has the largest beta coefficient with a standardized coefficient b of 0.524 compared to other variables that have standardized coefficient b values below 0.524.

Keywords: facilities, price, promotion, decision to stay



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang senantiasa menuntun sepanjang waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “**PENGARUH FASILITAS, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PELANGGAN PADA OASE GUEST HOUSE MEDAN**”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung berupa moral maupun material. Penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Maidin Gultom, SH., M.Hum**, selaku Rektor Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
2. Bapak **Dr. Kornel Munthe, SE., M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
3. Ibu **Dr. Miska Irani Tarigan, S.Sos., MM**, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
4. Ibu **Esli Silalahi, SE., M.Si** selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.

5. Bapak **Darwis Tamba, SE., M.Si** selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah meluangkan waktu, dukungan dan bimbingan selama penulisan skripsi ini.
6. Ibu **Dra. Roslinda Sagala, M.Si**, selaku dosen penguji pertama yang telah memberikan saran dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Ibu **Dra. Elisabeth Simangunsong, M.Si**, selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan saran dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak **Dr. Kornel Munthe, S.E., M.Si**, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan dukungan dari awal hingga akhir perkuliahan.
9. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan yang telah memberikan pengetahuan dan pendidikan kepada penulis.
10. Pihak PT. *Oase Guest House* Medan yang telah memberikan izin dan membantu melakukan pengambilan data yang berhubungan dengan skripsi ini.
11. Teristimewa kepada orang tua penulis, Bapak Lasman Sipayung dan Ibu Linda Br. Nainggolan serta Mgr Kornelius Sipayung, Alm Bapak Drs. Freddy R. Saragih, MPAC yang selalu memberikan dukungan baik berupa materi, moral, semangat, doa dan kasih sayang yang tulus terhadap penulis mulai dari kecil hingga penyelesaian skripsi ini.
12. Teristimewa kepada saudara kandung penulis, Yuni Sipayung, Heppy Marselina Sipayung dan Josua Sipayung beserta bg Jhontra Saragih, bg

Rado Sinaga dan keponakan ante Anissa Sinaga, Lemuel Sinaga, Cantika Turnip yang selalu memberikan semangat, kasih sayang, dukungan dan doa kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

13. Kepada semua sahabat-sahabat yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih sudah selalu menemani, memberikan doa, semangat dan motivasi hingga skripsi ini selesai.

14. Terima kasih kepada seluruh teman-teman kelas Manajemen kampus II, Konsentrasi Pemasaran dan Seperdopingan yang selalu memberi semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

15. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada sosok yang selama ini diam-diam berjuang tanpa henti, ya! diri saya sendiri. Seorang perempuan sederhana dengan impian yang tinggi, namun sering kali sulit ditebak isi pikiran dan hati. Terima kasih Sudah menjadi pribadi yang kuat dan bertahan dari awal hingga akhir perkuliahan serta mampu menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Untuk itu penulis dengan senang hati menerima segala kritik dan saran dari seluruh pihak guna penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca, terutama bagi penulis. Tuhan Yesus Memberkati.

Medan, 3 Juni 2025
Penulis

Parsaulian Sipayung
210111004

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	13
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Manajemen Pemasaran.....	16
2.2 Fungsi-Fungsi Pemasaran.....	17
2.3 Konsep Pemasaran	18
2.4. Bauran Pemasaran Jasa (<i>Marketing Mix</i>)	19
2.5 Fasilitas.....	22
2.6 Harga (<i>Price</i>).....	29
2.7 Promosi.....	34
2.8 Keputusan menginap	40
2.9 Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan menginap	45
2.10 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan menginap.....	45
2.11 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan menginap	46
2.12 Kerangka Berpikir	46
2.13 Hipotesis	47
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	48
3.2 Populasi dan Sampel	48
3.3 Operasionalisasi Variabel	50
3.4 Skala Pengukuran Variabel.....	51

3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.5.1 Data Primer	52
3.5.2 Data Sekunder.....	53
3.6 Teknik Analisis Data.....	54
3.6.1 Uji Validitas.....	54
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	55
3.7 Uji Hipotesis.....	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	63
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	69
4.2.1 Karakteristik Responden.....	69
4.2.2 Karakteristik Variabel.....	74
4.3 Analisis Data Penelitian.....	94
4.3.1 Uji Instrumen	94
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	100
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda	104
4.3.4 Uji Hipotesis	106
4.4 Pembahasan	110
BAB V PENUTUP	116
5.1 Kesimpulan.....	116
5.2 Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA.....	119
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

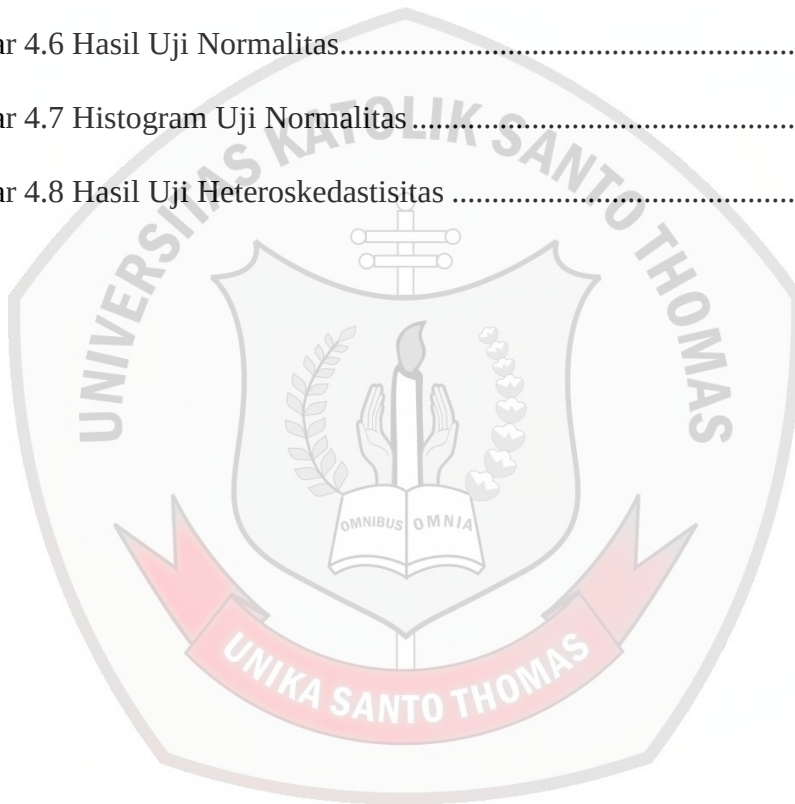
Tabel 1.1 Daftar Harga Penginapan Kamar Oase <i>Guest House</i> Medan	4
Tabel 1.2 Daftar Harga Penginapan Kamar deli Medan	5
Tabel 1.3 Data Penjualan Oase <i>Guest House</i> Medan Pada Tahun 2023.....	6
Tabel 1.4 Data Penjualan Kamar Oase <i>Guest House</i> Medan Pada Tahun 2024.....	9
Tabel 3.1 Defenisi Operasionalisasi Variabel Penelitian	50
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert.....	52
Tabel 4.1 Responden berdasarkan Usia	70
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Gender	71
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Fasilitas (X ₁)	74
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Harga (X ₂)	81
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Promosi (X ₃)	84
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Keputusan Menginap (Y)	88
Tabel 4.8 Uji Validitas Angket Fasilitas (X ₁)	94
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Angket Fasilitas (X ₁)	95
Tabel 4.10 Uji Validitas Angket Harga (X ₂).....	96
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Angket Harga (X ₂).....	96
Tabel 4.12 Uji Validitas Angket Promosi (X ₃)	97
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Angket Promosi (X ₃)	98
Tabel 4.14 Uji Validitas Angket Keputusan Menginap (Y)	98
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Angket Keputusan Menginap (Y).....	99
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas	100
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	102

Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	104
Tabel 4.19 Hasil Uji Parsial (<i>Uji t</i>)	105
Tabel 4.20 Hasil Uji Simultan (<i>Uji F</i>)	107
Tabel 4.21 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	108
Tabel 4.22 Penentuan Variabel Dominan	109



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	46
Gambar 4.1 Logo Oase <i>Guest House</i> Medan.....	64
Gambar 4.2 Bagan Struktur Organisasi Oase <i>Guest House</i> Medan.....	65
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender	71
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	73
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	100
Gambar 4.7 Histogram Uji Normalitas	101
Gambar 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	103



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Vol. 1). Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media. Diakses Online.
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., Jamil, S. H., Nainggolan, H. L., Anantadjaya, S. P. D., & Nugroho, A. (2022). *Strategi pemasaran* (M. A. Wardana, Ed.). Badung, Bali: CV. Intelektual Manifes Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (Edisi ke-17). Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (14th Ed.). Upper Saddle River, Nj: Pearson Education.
- Lesmana, N., Hakim, I., Riana, R., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Safitri, M., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., Jamal, I., Firmanda, R., Suparno, A., & Herman, H. (Ed.). (2022). *Manajemen pemasaran*. Depok: Strategy Cita Semesta.
- Ngatno, N. (2017). *Manajemen pemasaran* (1st ed.). Semarang: EF Press Digimedia.
- Panjaitan, R. (2017). *Metodologi penelitian*. Kupang: Indonesia Jusuf Aryani Learning.
- Poltak, H., Sumarsih, S., Hastutik, S., Sartika, D., Hasan, M., Wardhana, A., Roslan, A. H., Putri, N. L. I., Limgiani, Djampagau, H. R. D., Mulyana, S., & Gunaisah, E. (2018). *Dasar-dasar manajemen pemasaran: Konsep dan strategi pada era digital*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Ramdan, A. M., Siwiyanti, L., Komariah, K., & Saribanon, E. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Widina. Diakses Online.
- Ritonga, W. (2020). *Pemasaran*. Surabaya: PT Muara Karya.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2019). *Consumer Behavior* (12th Ed.). Boston, Ma: Pearson
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ritonga, W. (2020). *Pemasaran*. Surabaya: PT Muara Karya.

Santoso, Singgih. 2010. Statistik Parametrik, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS (PT. Elex Media Komputindo: Jakarta).

Jurnal:

Adela, A. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Jw Marriott Hotel Jakarta. *Media Wisata*, 22(1), 107-120.

Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2021). Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pembelian rumah di GRAND NUSA INDAH blok j, cileungsi pada PT. KENTANIX SUPRA INTERNASIONAL). *IKRAITH-EKONOMIKA*, 4(3), 243-252.

Arifin, L., Saputri, N., & Prasetyo, A. (2022). Pengaruh Komisaris Independen, Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur). *RELEVAN: Jurnal Riset Akuntansi*, 2(2), 84-99.

Baunsele, F. M., & Bessie, J. (2018). Pengaruh Promosi Fasilitas, Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Menginap. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(2), 96-109.

Destarini, F., & Prambudi, B. (2020). Pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen 212 mart condet batu ampar. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 58-66.

Fadilah, N. (2020). Pengertian, konsep, dan strategi pemasaran syari'ah. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(2), 194-211.

Haryono, J., & Wicaksono, H. (2021). Dampak kualitas layanan dan harga terhadap niat membeli. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 4(2), 110-114.

Hidayat, R., Arief, M. Y., & Pramesthi, R. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe Sky Garden Wonoboyo Di Bondowoso. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(10), 2141-2151.

Kristanto, V. D., & Wahyuni, D. U. (2019). Pengaruh Fasilitas dan Promosi Terhadap Keputusan Menginap di The Win Hotel Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(5).

Kurniawan, D. D., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME: Journal of Management*, 5(1), 348-358.

Kurniawan, D. D., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME: Journal of Management*, 5(1), 348-358.

- Lestari, A. S., Wahyuningsih, N., Maharani, N., Sanjaya, L., Putra, A. P., & Khomariah, A. (2022). Penggunaan Aplikasi Google Maps dan Imooji Sebagai Media Promosi UMKM Desa Tiyanan. *Dikmas: Jurnal Pendidikan Masyarakat dan Pengabdian*, 2(3), 887-894.
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Productivity*, 2(4), 272-275.
- Nikmah, K., & Arifin, K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Smartphone Vivo Y12 Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Gerai Waroeng Pulsa Di Kecamatan Kelua. *JAPB*, 4(2), 1063-1075.
- Nurmelyani, N., Harahap, S., & Azhar, A. A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Cs Float Dalam Memperkenalkan Brand Image Di Kabupaten Labuhanbatu. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(11), 2653-2664.
- Nurmufida, L., & Hartadi, A. (2024). Strategi Kualitas Bagian Front Office Dalam Meningkatkan Pelayanan Di Dinas Koperasi Dan UKM DIY. *JMMU: JURNAL MAHASISWA MANAJEMEN DAN UMUM*, 1(1), 13-23.
- Pardede, S. T., Sa, K. M., & Situmeang, R. R. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Cat Semprot Samurai Pada PT. Wstandard Mega Abadi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(3), 1148-1157.
- Putra, C. G. A. K., Fatimah, D. P., & Nugraha, R. N. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan front office terhadap kepuasan pelanggan pada pengelolaan Hotel Horison Bekasi. *Jurnal Daya Saing*, 9(1), 92-104.
- Putra, I. K. D. R., & Sulastri, I. A. P. (2023). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di The Sila's Agrotourism Tabanan Bali. *Jurnal Mosaik Hospitaliti*, 5(2), 66-73.
- Ramadhani, M., & Nurhadi, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Merek Aqua. In *Forbiswira Forum Bisnis Dan Kewirausahaan* (Vol. 11, No. 2, pp. 200-214).
- Risandi, M. D., Handayani, L., Arifin, S., & Erryawan, E. (2024). Pengaruh Kelengkapan Fasilitas Banquet Terhadap Penyelenggaraan Event di Hotel Crystal Lotus Yogyakarta The Effect of Completeness Banquet Facilities On Implementing Event in Hotel Crystal Lotus Yogyakarta. *EBBANK*, 14(1), 69-78.
- Rosanti, E. (2016). Pengaruh Harga, Promosi Dan Fasilitas Pendukung Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hotel Kini Di Pontianak. *BIS-MA (Bisnis Manajemen)*, 1(6).

- Sia, I. E. A., Yani, N. W. M. S. A., & Susanti, L. E. (2023). Pengaruh brand image dan promosi traveloka terhadap minat beli kamar hotel di kabupaten badung. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 2(1), 232-247.
- Soewarno, E., Hudiyani, A., & Sugiarti, F. F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Abadi Di Pangkalan Bun. *Magenta*, 9(2), 93-100.
- Syahputra, R. R., & Herman, H. (2020). Pengaruh Promosi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap di OS Hotel Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 62-70.
- Tua, G. V. M., & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mesin pompa air submersible Dab Decker di CV. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 140-154.
- Unonongo, W., Warouw, D., & Tulung, L. (2015). Fungsi promosi dalam meningkatkan daya beli gadget Samsung di Kota Manado. *Acta Diurna Komunikasi*, 4(5).
- Wadu, R. M. B., & Wirawan, R. (2024). Analisis Pengaruh Ketersediaan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna MacBook di Jakarta Selatan. *Jurnal EMT KITA*, 8(1), 329-339.
- Wahyuningsih, N., & Ernawati, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rocket Chicken Kota Bima. *Journal Scientific of Mandalika (JSM)*, 2(5), 175-185.
- Wijastuti, R. D., & Cantika, N. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Gofood Di Kota Sorong. *Kalianda Halok Gagas*, 4(1), 1-8.
- Yuliani, N. L. P., Astina, I. B. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2022). Pengaruh fasilitas, lokasi, harga, dan promosi terhadap keputusan wisatawan menginap di Alaya Resort Ubud Hotel. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, 6(1), 96-106.