

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

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

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

Sidebang, Yevana Lovanika Br

2025

Pengaruh Harga, Sosial Media Marketing, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Pelanggan Pada Hotel Debang Resort Dairi

<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/906>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

**PENGARUH HARGA, SOSIAL MEDIA MERKETING DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PELANGGAN
PADA HOTEL DEBANG RESORT DAIRI**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: Manajemen SI



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

MEDAN

2025

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, SOSIAL MEDIA MERKETING DAN
LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PELANGGAN
PADA HOTEL DEBANG RESORT DAIRI**

YEVANA LOVANIKA BR SIDEBANG
NPM: 210110121



Disahkan Oleh

Ketua Program Studi

Dr. Miska Irani Tarigan, MM
NIDN : 0108108002

Disetujui Oleh

Pembimbing

Darna Sitanggang, SE, M.Si
NIDN : 0103026301

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH HARGA, SOSIAL MEDIA MERKETING DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PELANGGAN PADA HOTEL DEBANG RESORT DAIRI

YEVANA LOVANIKA BR SIDEBANG
NPM: 210110121

PROGRAM STUDI MANAJEMEN SI

Medan, 10 Juli 2025

Penguji I



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

Penguji II



Dra. Ida M. Br Manullang, M.Si
NIDN : 8969501024

Ketua Penguji



Darna Sitanggang, SE, M.Si
NIDN : 0103026301

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Kornel Munthe, SE, M.si
NIDN : 0128097301

Ketua Program Studi



Dr. Miska Irani Tarigan, MM
NIDN : 0108108002

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yevana Lovanika Br Sidebang
NPM : 210110121
Program Studi : Manajemen
Jenjang Program : Strata Satu
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, SOSIAL MEDIA MARKETING,
DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP
PELANGGAN PADA HOTEL DEBANG RESORT DAIRI

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,
Peneliti,

Yevana Lovanika Br Sidebang
NPM: 210110121

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Identitas

1. Nama : Yevana Lovanika Br Sidebang
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Tempat/Tanggal Lahir : Silalahi, 19 April 2003
4. Agama : Kristen Protestan
5. Nama Ayah : Herianto Sidebang
6. Nama Ibu : Tatti Nababan
7. Alamat Orangtua : Silalahi, Dairi
8. Alamat Penulis : Silalahi, Dairi
9. Nomor HP/WA : 083176535774

II. Riwayat Pendidikan

1. 2010 - 2015 : SD N 034796 SILALAH I
2. 2015 - 2018 : SMP N 1 SILAHISABUNGAN
3. 2018 – 2021 : SMK SW HARAPAN PEMATANG
SIANTAR
4. 2021 – 2025 : Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dari
Universitas Katolik Santo Thomas Medan

ABSTRAK

YEVANA LOVANIKA BR SIDEBANG 210110121, 2025. PENGARUH HARGA, SOSIAL MEDIA MARKETING, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PADA HOTEL DEBANG RESORT DAIRI

Pembimbing: Darna Sitanggang, S.E, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh harga, Sosial Media Marketing dan lokasi Terhadap Keputusan Menginap Pelanggan Pada Hotel Debang Resort Dairi. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara (interview) dan dokumentasi. Populasi seluruh pelanggan Hotel Debang Resort Dairi tahun 2024 sebanyak 4.716 orang dengan sampel sebanyak 100 orang yang diambil dengan menggunakan teknik slovin. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 25.0. Hasil penelitian ini merumuskan bahwa persamaan regresi berganda adalah $Y=3.183 - 0,180X_1 + 0,764X_2 + 0,474X_3 + e_i$ menunjukkan bahwa Harga berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap Keputusan Menginap Pelanggan dengan nilai t_{hitung} sebesar $-2.291 < t_{tabel}$ 1,661 dan tingkat signifikansi sebesar $0,024 < 0,05$. Sosial media marketing berpengaruh secara positif dan signifikan dengan nilai t_{hitung} sebesar $6.699 > t_{tabel}$ 1,661 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,903 > t_{tabel}$ 1,661 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$. Uji F menunjukkan Harga, Sosial Media Marketing dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menginap Pelanggan dengan nilai f_{hitung} yaitu sebesar $74.724 > f_{tabel}$ sebesar 2.70 Nilai koefisien determinasi sebesar 0,700. Artinya variabel Keputusan Menginap Karyawan dapat dijelaskan oleh variabel Harga, Sosial Media Marketing, dan lokasi sebesar 70% sedangkan 30% lagi dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini seperti kualitas pelayanan, personal selling dan lain-lain. Dilihat dari koefisien standarisasi bahwa Sosial Media Marketing lebih penting dalam meningkatkan Keputusan menginap pelanggan dibandingkan harga dan lokasi

Kata Kunci: Harga, Sosial Media Marketing, Lokasi, Keputusan Menginap.

ABSTRACT

YEVANA LOVANIK BR SIDEBANG 210110121, 2025. THE EFFECT OF PRICE, SOCIAL MEDIA MARKETING, AND LOCATION ON THE DECISION TO STAY AT THE DEBANG RESORT DAIRI HOTEL

Supervisor: Darna Sitanggang, S.E, M.Si

This study aims to test and analyze the Influence of Price, Social Media Marketing and Location on Customers' Staying Decisions at the Debang Resort Dairi Hotel. Data collection was carried out through questionnaires, interviews and documentation. The population of all customers of the Debang Resort Dairi Hotel in 2024 was 4,716 people with a sample of 100 people taken using the slovin technique. The analysis techniques used in this study were validity and reliability tests, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. Data analysis in this study used SPSS version 25.0. The results of this study formulate that the multiple regression equation is $Y = 3.183 - 0.180X_1 + 0.764X_2 + 0.474X_3 + e_i$ Price has a negative and significant effect on Customer Stay Decisions with a t_{count} value of $-2.291 < t_{\text{table}} 1.661$ and a significance level of $0.024 < 0.05$. Social media marketing has a positive and significant effect with a t_{count} value of $6.699 > t_{\text{table}} 1.661$ with a significance level of $0.000 < 0.05$. Location has a positive and significant effect with a t_{count} value of $2.903 > t_{\text{table}} 1.661$ with a significance level of $0.005 < 0.05$. The F test shows that Price, Social Media Marketing and location simultaneously have a significant effect on Customer Staying Decisions with a calculated f_{value} of $74.724 > f_{\text{table}}$ of 2.70. The coefficient of determination is 0.700. This means that the Employee Staying Decision variable can be explained by the Price, Social Media Marketing, and location variables by 70% while the other 30% can be explained by other factors not explained in this study such as service quality, personal selling and others. Judging from the standardization coefficient, Social Media Marketing is more important in increasing Customer Staying Decisions than Price and Location

Keywords: Price, Social Media Marketing, Location, Staying Decision.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan pertolongan-NYA bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Harga, Sosial Media Marketing, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Pelanggan Pada Hotel Debang Resort Dairi”** . Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan doa dan materi. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Maidin Gultom SH, M.Hum** selaku rektor Universitas Katolik Santo Thomas Medan Sumatera Utara.
2. Bapak **Dr. Kornel Munthe**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan Sumatera Utara.
3. Ibu **Dr. Miska Irani Tarigan**, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan Sumatera Utara.
4. Ibu **Esli Silalahi, SE, M.Si**, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan Sumatera Utara.
5. Ibu **Dra. Roslinda Sagala M.Si** selaku dosen pembimbing Akademik yang sudah memberikan arahan, masukan, dan dukungan kepada penulis

6. Bapak **Darwis Tamba, SE, M.Si** selaku dosen penguji satu yang sudah banyak memberikan saran, masukan dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Ibu **Dra Ida Manullang M,Si** selaku dosen penguji kedua yang sudah banyak memberikan saran, masukan dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Teristimewa **Ibu Darna Sitanggang SE, M,Si**, selaku dosen pembimbing saya yang sudah membimbing dan memberikan segenap bantuan baik waktu, saran, arahan, dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh **Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis** Universitas Katolik Santo Thomas Medan Sumatera Utara yang telah memberikan pengetahuan dan pendidikan penulis.
10. Seluruh **Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis** Universitas Katolik Santo Thomas Medan Sumatera Utara yang telah membantu melayani administrasi penulis demi kelancaran studi hingga penyusunan skripsi ini.
11. **Hotel Debang Resort Dairi** yang telah memberikan banyak informasi yang dibutuhkan penulis dan ketersediaan karyawan dalam membantu penulis untuk melengkapi penelitian ini.
12. Teristimewa Terimakasih kepada kedua orangtua saya Bapak **Herianto Sidebang** dan Ibu saya **Tatti Nababan**, yang terus mendukung saya baik berupa materi, moral, semangat dan doa dalam penyelesaian skripsi ini.
13. Terima kasih yang mendalam saya sampaikan kepada adik-adik tercinta: **Devin Egi Sidebang, Denis Nicholas Sidebang, dan Evander Sidebang**, yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan penulisan skripsi ini.

14. Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada **Devin Egi Sidebang**, yang tidak hanya memberikan dukungan moral, tetapi juga sangat banyak membantu secara materi dan selalu berusaha memenuhi segala kebutuhan saya selama proses penyusunan skripsi ini. Bantuan dan perhatianmu menjadi salah satu kekuatan utama yang membuat saya mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Terima kasih atas kasih sayang, pengorbanan, dan kebersamaan yang tidak ternilai.
15. Partner tersayang yang tak kalah penting kehadirannya, **Diomula Efendy Nainggolan**. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini baik tenaga, waktu, maupun materi. Terima kasih telah menjadi bagian dari hidup saya, selalu menemani dan meluangkan waktunya, mendukung atau menghibur dalam kesedihan, dan memberi semangat untuk terus maju tanpa kenal kata menyerah untuk meraih impian. Harapan saya semoga kita bisa sukses Bersama sesuai dengan apa yang telah kita impikan.
16. Sahabat saya **Nisdar Lestari Telaum Banua, Viega Cemerlang Imanuel Sinambela, Elvina Damayanti Simbolon**, dan **Dinda Patresia Samosir** teman pertama penulis di Universitas Katolik Santo Thomas Medan, yang hingga hari ini tetap setia berjalan bersama. Terima kasih telah menjadi lebih dari sekadar teman; kalian adalah pengingat saat penulis mulai lengah, penyemangat saat penulis mulai goyah, dan tempat bersandar saat semuanya terasa berat. Dalam setiap langkah perjalanan ini, kalian hadir dengan kejujuran, ketulusan, dan kesediaan untuk tetap tinggal bahkan ketika tidak diminta.

17. Saya juga menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada sahabat-sahabat tercinta **Rentina Sinurat, Natasya Simbolon, dan Fitriani Damanik**, yang kehadirannya tak hanya sebagai teman, tetapi telah menjadi keluarga dalam perjalanan hidup penulis. Terima kasih atas segala dukungan, kebersamaan, pelukan hangat di saat penulis merasa lelah, serta tawa dan semangat yang selalu kalian bagikan. Di tengah proses penulisan skripsi yang penuh tantangan, kalian menjadi penguat yang tak tergantikan. Semoga persahabatan ini terus terjaga dan menjadi bagian dari kisah hidup yang tak pernah terlupakan.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis dengan senang hati menerima segala kritik tersayang dan saran dari seluruh pihak guna menyempurnakan penulisan skripsi ini. Akhir kata penulis mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang.

Medan,
Penulis,

Yevana Lovanika Br Sidebang
NPM: 210110121

DAFTAR ISI

ABSTRAK	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR.....	
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR TABEL.....	
DAFTAR GAMBAR.....	
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	10
1.3. Rumusan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Pengertian dan Strategi Pemasaran	13
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	13
2.1.2. Tujuan dan Strategi Pemasaran.....	14
2.1.3. Bauran Pemasaran Jasa	16
2.2. Harga.....	19
2.2.1. Pengertian Harga.....	19
2.2.2. Tujuan Penetapan Harga	20
2.2.3. Metode Penetapan Harga	22
2.2.4. Indikator Harga	25
2.3. Sosial Media <i>Marketing</i>	27

2.3.1. Pengertian Sosial Media <i>Marketing</i>	27
2.3.2. Tujuan Sosial Media <i>Marketing</i>	28
2.3.3 Jenis Sosial Media <i>Marketing</i>	29
2.3.4 Indikator Sosial Media <i>Marketing</i>	30
2.4. Lokasi.....	32
2.4.1. Pengertian Lokasi.....	32
2.4.2. Faktor-faktor Pemilihan Lokasi Usaha	33
2.4.3. Indikator Lokasi	34
2.5 Keputusan Menginap	37
2.5.1 Pengertian Keputusan Penginap	37
2.5.2. Proses Pengambilan Keputusan Pelayanan	38
2.5.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menginap	39
2.5.4. Indikator Keputusan Menginap.....	41
2.6 Kerangka Berpikir.....	44
2.6.1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Menginap	44
2.6.2. Pengaruh Sosial Media <i>Marketing</i> Terhadap Keputusan Menginap.....	45
2.6.3. Pengaruh Lokasi Dengan Keputusan Menginap	46
2.7 Hipotesis	48
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	49
3.2 Populasi Dan Sampel	49
3.2.1. Populasi.....	49
3.2.2. Sampel.....	49
3.3. Operasionalisasi Variabel.....	51

3.4. Skala Pengukuran Variabel	52
3.5. Teknik Pengumpulan Data	53
3.6. Teknik Analisis Data.....	54
3.6.1. Uji Validitas	54
3.6.2. Uji Reliabilitas	54
3.7. Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
3.8. Uji Hipotesis.....	56
3.8.1. Uji t (Uji Parsial).....	56
3.8.2 Uji F (Uji Simultan)	57
3.9. Koefisien Determinasi	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Sejarah Perusahaan	59
4.1.1 Struktur Organisasi	59
4.2 Identitas Responden	61
4.3 Tanggapan Responden	62
4.3.1 Tanggapan Responden Tentang Harga	62
4.3.2 Tanggapan Responden Tentang Sosial Media Marketing	64
4.3.3 Tanggapan Responden Tentang Lokasi	66
4.3.4 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Menginap.....	67
4.4 Hasil Penelitian	69
4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Parsial.....	69
4.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Simultan	74
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	75
4.6 Uji Hipotesis.....	77

4.6.1 Uji Parsial (Uji t).....	77
4.6.2 Uji Simultan (Uji F)	78
4.7 Koefisien Determinasi.....	79
4.8 Pembahasan.....	80
4.8.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Debang Resort Dairi.....	80
4.8.2 Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Debang Resort Dairi.	81
4.8.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Debang Resort Dairi.....	82
4.8.4 Pengaruh Harga, Sosial Media Marketing dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Debang Resort Dairi.	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86

DAFTAR TABEL

TABEL	NAMA TABEL	HALAMAN
1.1	Data Penginapan Kamar Pada Hotel Debang Resort Dairi pada tahun 2020-2024	4
1.2	Jenis kamar dan Harga Perkamar di Hotel Debang Resort Dairi Pada Tahun 2020 – 2024	5
1.3	Data Sosial Media Marketing Hotel Debang Resort Tahun 2020 – 2024	7
3.1	Tabel Operasional Variabel	51
3.2	Skor Skala Likert	53
3.3	Nilai Koefisien Determinasi	58
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
4.3	Data Instrumen Harga	62
4.4	Data Instrumen Sosial Media Marketing	64
4.5	Data Instrumen Lokasi	66
4.6	Instrumen Data Keputusan Menginap	67
4.7	Case Processing Summary	69
4.8	Reliability Statistics	70
4.9	Item-Total Statistics	70
4.10	Case Processing Summary	70
4.11	Reliability Statistics	71
4.12	Item-Total Statistics	71
4.13	Case Processing Summary	72
4.14	Reliability Statistics	72
4.15	Item-Total Statistics	72
4.16	Case Processing Summary	73
4.17	Reliability Statistics	73
4.18	Item-Total Statistics	73
4.19	Case Processing Summary	74
4.20	Reliability Statistics	74
4.21	Item-Total Statistics	74
4.22	Coefficients	76
4.23	Hasil uji t	77
4.24	Hasil Uji F	78
4.25	Hasil Koefisien Determinasi	79

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	NAMA GAMBAR	HALAMAN
1.1	Ulasan Hotel Debang Resort Dairi	6
2.1	Kerangka Berpikir	47
4.1	Struktur Organisasi	60



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah, M., & Tantri, F. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Alma, B. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- As'ad, H., & Alhadid, A. (2017). *Strategi Sosial Media Marketing*. New York: McGraw Hill.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Raja
- Grafindo Persada. Buchari, A. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Grolier Publishing. Gunelius, S. (2011). *Content Marketing for Dummies*. New York: John Wiley & Sons.
- Herman. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management: An Asian Perspective*.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi pemasaran modern*. Yogyakarta: Cakrawala Media.
- Nashrullah, M. (2018). *Media Sosial dan Pemasaran Digital*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nugroho, B., & Paramito, A. (2015). *Strategi Lokasi dalam Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Philip, K., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip Marketing*. New York: Pearson Education.
- Santoso, A., & Widowati, S. Y. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2009). *Consumer Behavior*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2015). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, D. (2019). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Baru.

Swasta, B. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: BPFE.

Thompson, P. (2016). *Pengambilan Keputusan dan Perilaku Konsumen*. New York: McGraw

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tuten, T., & Solomon, M. (2018). *Social Media Marketing*. London: SagePublications.

Untoro, J. (2010). *Strategi Harga dan Keputusan Pembelian*. Jakarta: Bumi Aksara.

Widanaputra, A. (2009). *Manajemen Perhotelan dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

Jurnal

Farhan, M. (2023). *Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menginap dan Loyalitas Pelanggan di Gran Melia Jakarta*. Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Internasional.

Katemung, L. T. S. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Menginap pada Hotel Genio Manado*. Universitas Sam Ratulangi Manado.

Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*,

Laila, T. S. K. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Menginap pada Hotel Genio Manado*. Jurnal Manajemen Perhotelan.

Rahmawati, D. K. (2017). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Karanganyar Jawa Tengah*.

- Rahayu, A. (2022). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menginap di Hotel Berbintang*. Jurnal Manajemen Pariwisata.
- Sania, & Mariah. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan Goreng*. Jurnal Pemasaran Digital.
- Schiffman, L. (2020). *Consumer Behavior and Purchase Decision Analysis in Hospitality Industry*. International Journal of Business and Marketing.
- Widanaputra, A. (2019). *Strategi Pemasaran dalam Industri Perhotelan dan Dampaknya terhadap Keputusan Menginap*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Yusuf, R. (2021). *Pengaruh Sosial Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian*. Jakarta: Institut Daarul Qur'an.
- Zulfikar, A. R., & Mikhriani. (2017). *Sosial Media Marketing sebagai Bentuk Pemasaran Digital di Era Modern*. Jurnal Teknologi Informasi.

