

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

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

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

Sihite, Yunita

2025

Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Labersa Hotel Dan Convention Center Samosir Kecamatan Simanindo

<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/914>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA LABERSA HOTEL
DAN *CONVENTION CENTER* SAMOSIR
KECAMATAN SIMANINDO**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi



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

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA LABERSA HOTEL
DAN *CONVENTION CENTER* SAMOSIR
KECAMATAN SIMANINDO**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

**YUNITA SIHITE
NPM : 210110154**

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

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA LABERSA HOTEL
DAN CONVENTION CENTER SAMOSIR
KECAMATAN SIMANINDO



Disahkan oleh:
Ketua Program Studi

Disetujui oleh:
Pembimbing



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

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

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA LABERSA HOTEL
DAN CONVENTION CENTER SAMOSIR
KECAMATAN SIMANINDO

YUNITA SIIHTE
NPM: 210110154

UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN SI

Medan, 13 November 2025

Penguji I

Penguji II

Dra. Kuslinda Sagala, MSi
NIDN: 0128106501

Dr. Ir. Pandaporan Sitompul, M.M
NIDN: 0412116401

Ketua Penguji

Dr. Miska Irawi Jarigan, S.Sos., M.M
NIDN: 0108108002

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi

Dr. Kornel Munthe
NIDN: 0130096702

Dr. Miska Irawi Jarigan, S.Sos., M.M
NIDN: 0108108002

PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yunita Sihite

NPM : 210110154

Program Studi : Manajemen

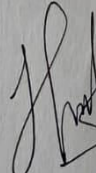
Jenjang Program : S1

Judul Skripsi : PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA LABERSA HOTEL DAN
CONVENTION CENTER SAMOSIR KECAMATAN SIMANINDO

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

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

Medan, 14 November 2025



Yunita Sihite
210110154

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Identitas

Nama : Yunita Sihite

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/Tanggal Lahir : Bona-bona, 27 juni 2001

Agama : Katolik

Nama Ayah : Pendi Sihite

Nama Ibu : Ristauli Turnip

Alamat Orang Tua : Siopat Sosor, Kec. Pangururan, Kab.

Samosir

Alamat Penulis : Siopat Sosor, Kec. Pangururan, Kab.

Samosir

Nomor HP : 0821-8423-6660

II. Riwayat Pendidikan

SDN 11 Hutabolon : Tamat Tahun 2016

SMP Negeri 3 Pangururan : Tamat Tahun 2018

SMA Negeri 2 Pangururan : Tamat Tahun 2021

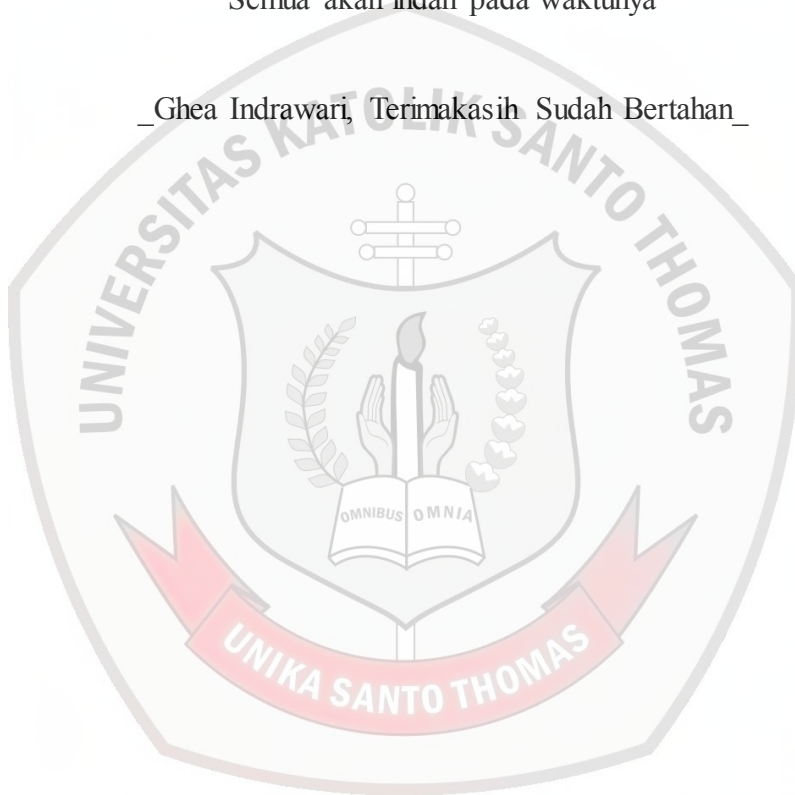
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Katolik Santo

Thomas Medan Tahun 2025

MOTTO

T'rima kasih sudah bertahan
T'rima kasih sudah berjuang
Ternyata kau sekuat itu, ternyata kau sehebat itu
T'rima kasih kau tak berhenti
T'rima kasih kau tak menyerah
Dipertarungan yang sengit ini, kau 'kan, kau 'kan menang
Percaya, serahkan sisanya kepada semesta
Semua akan indah pada waktunya

Ghea Indrawari, Terimakasih Sudah Bertahan



ABSTRAK

YUNITA SIHITE 210110154, PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA LABERSA HOTEL DAN CONVENTION CENTER SAMOSIR KECAMATAN SIMANINDO

Pembimbing: Dr. Miska Irani Tarigan, S.Sos., MM

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Bauran Pemasaran Jasa yang terdiri dari Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, dan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen pada Labersa Hotel and Convention Center Samosir Kecamatan Simanindo. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 160 orang tamu hotel sebagai responden. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t dan uji F), serta koefisien determinasi (R^2). Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program SPSS. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan sebagai berikut: $Y = 7,122 + 0,067(X_1) + 0,111(X_2) + 0,123(X_3) + 0,187(X_4) + 0,167(X_5) + 0,197(X_6) + 0,133(X_7) + e$. Nilai konstanta sebesar 7,122 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel bebas dianggap konstan, maka nilai Kepuasan Konsumen berada pada angka 7,122. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa seluruh variabel yaitu Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, dan Bukti Fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Labersa Hotel and Convention Center Samosir, karena masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai t-hitung $> t$ -tabel (2,02). Di antara ketujuh variabel tersebut, variabel Proses memiliki pengaruh paling dominan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai t-hitung 6,368 dan signifikansi 0,000. Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan nilai F-hitung sebesar 24,142 $> F$ -tabel 2,10 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara simultan seluruh variabel bauran pemasaran jasa (Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, dan Bukti Fisik) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Labersa Hotel and Convention Center Samosir. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,526 atau 52,6% menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh ketujuh variabel tersebut, sedangkan 47,4% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti citra merek, kepercayaan pelanggan, dan loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran Jasa, Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, Bukti Fisik, Kepuasan Konsumen, Labersa Hotel and Labersa Hotel and Convention Center Samosir.

ABSTRACT

YUNITA SIHITE 210110154, THE INFLUENCE OF SERVICE MARKETING MIX ON CUSTOMER SATISFACTION AT LABERSA HOTEL AND CONVENTION CENTER SAMOSIR, SIMANINDO DISTRICT

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

The purpose of this study is to determine and analyze the influence of the Service Marketing Mix, which consists of Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence, on Customer Satisfaction at Labersa Hotel and Convention Center Samosir, Simanindo District. The data were obtained through questionnaires distributed to 160 hotel guests as respondents. The data analysis techniques used include validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis testing (t-test and F-test), and the coefficient of determination (R^2). Data were processed using SPSS. Based on the results of multiple linear regression analysis, the following equation was obtained: $Y = 7.122 + 0.067(X_1) + 0.111(X_2) + 0.123(X_3) + 0.187(X_4) + 0.167(X_5) + 0.197(X_6) + 0.133(X_7) + e$. The constant value of 7.122 indicates that if all independent variables are assumed constant, the Customer Satisfaction value remains at 7.122. The partial test (t-test) results show that all variables — Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence — have a positive and significant effect on Customer Satisfaction at Labersa Hotel and Convention Center Samosir, since each variable has a significance value < 0.05 and t-count $> t$ -table (2.02). Among them, the Process variable has the most dominant influence with a t-count value of 6.368 and a significance level of 0.000. The simultaneous test (F-test) results show that the F-count value is 24.142 $> F$ -table 2.10 with a significance level of 0.000 < 0.05 . This means that simultaneously, all variables of the Service Marketing Mix significantly influence Customer Satisfaction at Labersa Hotel and Convention Center Samosir. The coefficient of determination (R^2) of 0.526 or 52.6% indicates that Customer Satisfaction can be explained by the seven variables, while the remaining 47.4% is influenced by other factors outside this study, such as brand image, customer trust, and loyalty.

Keywords: Service Marketing Mix, Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence, Customer Satisfaction, Labersa Hotel and Convention Center Samosir.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang senantiasa menuntun sepanjang waktu sehingga didalam kasih penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA LABERSA HOTEL DAN *CONVENTION CENTER* SAMOSIR KECAMATAN SIMANINDO”**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu (SI) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung berupa moral ataupun material. Peneliti banyak mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Maidin Gultom S.H., M.Hum, selaku Rektor Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
2. Bapak Dr. Kornel Munthe, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
3. Ibu Dr. Miska Irani Tarigan, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
4. Ibu Esli Silalahi S.E., M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen S1 Universitas Katolik Santo Thomas Medan.

5. Ibu Dr. Miska Irani Tarigan, S.Sos., M.M, selaku Dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, masukan, dan meluangkan waktu kepada peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Dra. Roslinda Sagala, MSi dan Bapak Dr. Ir. Pandapotan Sitompul, M.M, selaku Dosen penguji saya yang sudah banyak memberikan arahan, masukan serta dukungan kepada peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Kepada seluruh Dosen dan Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan yang telah banyak memberikan pelayanan dan kerjasama yang baik dengan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Yang istimewa saya mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada Orangtua saya Ristali Turnip, yang selalu memberikan doa, dukungan, kasih sayang, dan cinta yang tulus, yang menjadi sumber kekuatan penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
9. Kepada Keluarga saya (Tulang Edison Turnip, Nantulang Hotmaida Siagian, Laura, Monika, Nadia, Mulda, dan Pander) yang telah memberikan dukungan moral, serta semangat, serta doa yang tiada henti selama proses penyusunan Skripsi
10. Kepada Abang saya Erik Pardamean Sihite dan adik saya Triana sudah menjadi garda terdepan di saat penulis butuh sesuatu dan sudah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis atas segala dukungan, dan doa yang tak henti-hentinya diberikan selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi panutan, tempat berbagi cerita, serta motivator yang selalu hadir di saat penulis merasa lelah dan hampir

menyerah. Kehadiran dan perhatian abang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan perjalanan akademik ini.

11. Kepada sahabat penulis yaitu Selvia Sihalohe dan Feby Turnip yang selalu memberi dukungan, semangat, serta keceriaan dalam setiap langkah. Kehadiran dan kebersamaan kalian menjadi kekuatan berharga bagi penulis

12. Kepada teman-teman seperjuangan penulis Group Minions, selaku teman, sahabat, dan saudara penulis selama menjalani perkuliahan, dan juga teman-teman seperjuangan yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu namanya terima kasih sudah menjadi tempat peneliti mengadu dan berkeluh kesah tentang bagaimana tantangan yang peneliti hadapi selama masa perkuliahan.

13. Saya juga ingin menyampaikan terima kasih kepada diri saya sendiri, yang telah berjuang sejauh ini. Terima kasih telah bertahan dalam tekanan, terus melangkah meski sering merasa lelah dan ragu, serta tidak menyerah di tengah segala tantangan. Perjalanan ini tidak mudah, namun saya bersyukur karena telah mampu melewatinya dengan tekad dan kesabaran.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya akhir dapat bermanfaat bagi kita semua

Medan, 2025
Peneliti

Yunita Sihite

DAFTAR ISI

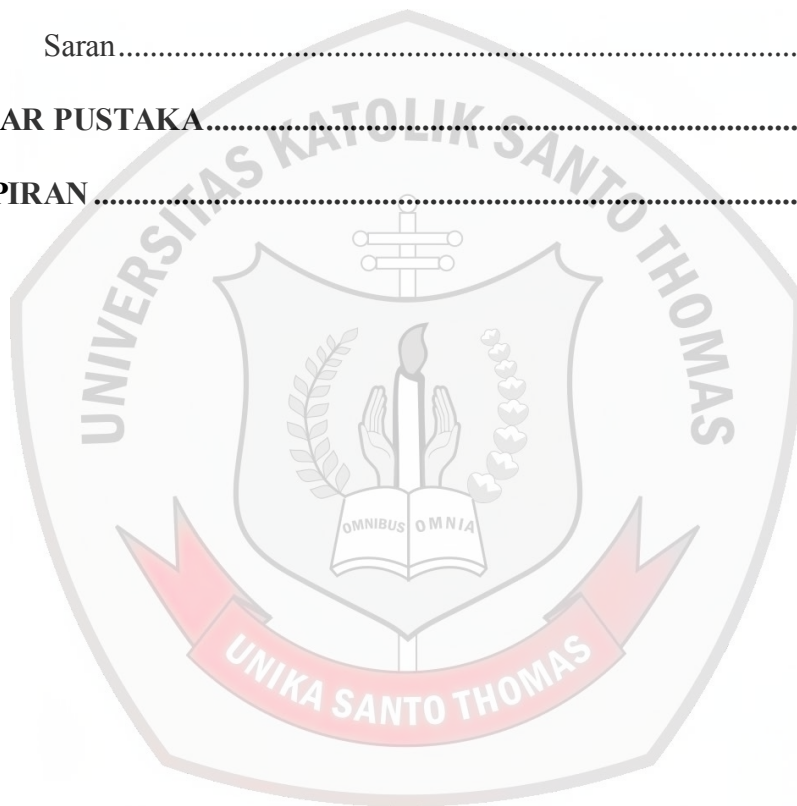
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi masalah.....	17
1.3 Rumusan Masalah	18
1.4 Tujuan Penelitian.....	19
1.5 Manfaat Penelitian.....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Manajemen Pemasaran.....	21
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran Jasa	21
2.1.2 Tujuan dan Fungsi Manajemen Pemasaran.....	22
2.2 Manajemen Pemasaran Jasa	24
2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran Jasa	24
2.2.2 Ruang Lingkup Pemasaran Jasa	25
2.3 Bauran Pemasaran Jasa (marketing mix)	25
2.3.1 Pengertian Pemasaran Jasa (<i>marketing mix</i>).....	25
2.3.2 Tujuan Bauran Pemasaran Jasa	27
2.3.3 Produk (<i>Product</i>).....	28

2.3.4	Harga (<i>Price</i>)	31
2.3.5	Tempat (<i>Place</i>)	35
2.3.6	Promosi (<i>Promotion</i>).....	38
2.3.7	Orang (<i>People</i>)	41
2.3.8	Proses (<i>Process</i>)	43
2.3.9	Bukti Fisik (<i>Phsichal Evidence</i>).....	46
2.4	Kepuasan Konsumen	49
2.4.1	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	49
2.4.2	Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	50
2.4.3	Indikator kepuasan konsumen	51
2.5	Kerangka Berpikir	52
2.5.1	Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Konsumen	53
2.5.2	Pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen.....	53
2.5.3	Pengaruh Tempat terhadap kepuasan konsumen	53
2.5.4	Pengaruh Promosi terhadap kepuasan konsumen	54
2.5.5	Pengaruh Orang terhadap kepuasan konsumen.....	54
2.5.6	Pengaruh Proses terhadap kepuasan konsumen	54
2.5.7	Pengaruh Bukti Fisik terhadap kepuasan konsumen.....	55
2.6	Hipotesis	56
BAB III METODE PENELITIAN		56
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	56
3.2	Populasi dan Sampel	56
3.7.1	Populasi.....	56
3.7.2	Sampel.....	57

3.3	Sumber Data	57
3.4	Teknik Pengumpulan Data	58
3.5	Operasional variabel penelitian.....	59
3.6	Skala pengukuran	62
3.7	Metode Analisis Data	62
3.7.1	Uji Validitas	62
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	63
3.8	Uji Asumsi klasik	64
3.8.1	Uji Normalitas	64
3.8.2	Uji Heteroskedastisitas	64
3.8.3	Uji Multikolinearitas	65
3.9	Teknik Analisis Regresi.....	66
3.10.1	Uji Regresi Linier Berganda	66
3.10	Pengujian Hipotesis.....	67
3.10.1	Uji Persial (Uji-t).....	67
3.10.2	Uji Simultan (F)	68
3.11	Koefisien Determinasi.....	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		68
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	68
4.1.1	Sejarah Berdirinya Labersa Hotel	68
4.1.2	Visi dan Misi Labersa Hotel.....	69
4.1.3	Logo Labersa Hotel.....	70
4.1.4	Struktur Organisasi Labersa Hotel	70
4.2	Gambaran Umum Responden	73

4.3	Tanggapan Responden.....	74
4.3.1	Tanggapan Resonden Tentang Produk.....	74
4.3.2	Tanggapan Responden Tentang Harga	75
4.3.3	Tanggapan Responden Tentang Tempat.....	77
4.3.4	Tanggapan Responden Tentang Promosi.....	78
4.3.5	Tanggapan Responden Tentang Proses.....	80
4.3.6	Tanggapan Responden Tentang Orang	82
4.3.7	Tanggapan Responden Tentang Bukti fisik	83
4.3.8	Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Konsumen	84
4.4	Hasil Penelitian	87
4.4.1	Hasil Uji Validitas Dan Realibilitas Secara Parsial	87
4.4.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Simultan.....	96
4.5	Asumsi Klasik	98
4.5.1	Uji Normalitas	98
4.5.2	Uji Multikolinieritas	99
4.5.3	Uji Autokorelasi.....	101
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	102
4.7	Uji Hipotesis.....	104
4.7.1	Pengujian Secara Parsial (t).....	104
4.7.2	Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	106
4.8	Koefisien Determinasi (R ²)	106
4.9	Pembahasan.....	107
4.9.1	Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Kosumen.....	107
4.9.2	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Kosumen	109

4.9.3 Pengaruh Tempat Terhadap Kepuasan Kosumen	110
4.9.4 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Kosumen	112
4.9.5 Pengaruh Orang Terhadap Kepuasan Kosumen.....	113
4.9.6 Pengaruh Proses Terhadap Kepuasan Kosumen	115
4.9.7 Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Kosumen.....	116
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	124
5.1 Kesimpulan.....	124
5.2 Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA.....	129
LAMPIRAN	132



DAFTAR TABEL

No	Nama tabel	Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Samosir (2020-2024)	3
Tabel 1.2	Harga kamar Labersa Hotel &CC	9
Tabel 1.3	Data <i>Room Sold</i> Labersa Hotel &CC September 2024-Juni 2025	9
Tabel 3.1	Defenisi Operasional Variabel	60
Tabel 3.2	Skala Likert	62
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	73
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Tentang Produk	74
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Tentang Harga	76
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Tentang Tempat	78
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Tentang Promosi	80
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Tentang Proses	82
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Tentang Orang	84
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Tentang Bukti Fisik	86
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Kepuasan Konsumen	88
Tabel 4.11	Case Processing Summary	91
Tabel 4.12	Reliability Statistics	91
Tabel 4.13	Item-Total Statistics	92
Tabel 4.14	Case Processing Summary	92
Tabel 4.15	Reliability Statistics	92
Tabel 4.16	Item-Total Statistics	93
Tabel 4.17	Case Processing Summary	93
Tabel 4.18	Reliability Statistics	93
Tabel 4.19	Item-Total Statistics	94
Tabel 4.20	Case Processing Summary	94
Tabel 4.21	Reliability Statistics	94
Tabel 4.22	Item-Total Statistics	95
Tabel 4.23	Case Processing Summary	95
Tabel 4.24	Reliability Statistics	95
Tabel 4.25	Item-Total Statistics	96
Tabel 4.26	Case Processing Summary	96
Tabel 4.27	Reliability Statistics	96
Tabel 4.28	Item-Total Statistics	97
Tabel 4.29	Case Processing Summary	97
Tabel 4.30	Reliability Statistics	97
Tabel 4.31	Item-Total Statistics	98
Tabel 4.32	Case Processing Summary	98
Tabel 4.33	Reliability Statistics	98
Tabel 4.34	Item-Total Statistics	99
Tabel 4.35	Case Processing Summary	99

Tabel 4.36	Reliability Statistics	99
Tabel 4.37	Item-Total Statistics	100
Tabel 4.38	Uji Multikolinieritas	103
Tabel 4.39	Coefficients ^a	106
Tabel 4.40	Coefficients ^a	108
Tabel 4.41	ANOVA ^a	110
Tabel 4.42	Model Summary	111



DAFTAR GAMBAR

No	Nama Gambar	Halaman
Gambar 1.1	Rating Labersa Hotel &CC	4
Gambar 1.2	Complain Tamu Labersa Hotel &CC	7
Gambar 1.3	<i>Captures complain</i> Tamu Labersa Hotel &CC	11
Gambar 1.4	Instagram Labersa Hotel &CC	13
Gambar 1.5	Tik-tok Labersa.Samosir	14
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	54
Gambar 4.1	Logo Organisasi Labersa Hotel &CC Samosir Pengertian	70
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Labersa Hotel &CC Samosir	70
Gambar 4.3	Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)	101
Gambar 4.4	Hasil Uji Normalitas (Grafik P-Plot)	102
Gambar 4.5	Uji Heteroskedastisitas	105



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdurrahman, A., dkk. (2005). *Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bilson, S. (2005). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Bowie, D., & Buttle, F. (2004). *Hospitality marketing: An introduction*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Fitria, D. (2016). *Strategi promosi dalam pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hurriyati, R. (2015). *Manajemen pemasaran dan loyalitas konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2000). *Multivariate data analysis* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Indrasari, M. (2019). *Manajemen pemasaran*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Irawan, H., & Japarianto, E. (2013). *Manajemen pemasaran modern*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Marketing: An introduction* (13th ed.). Harlow, England: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Principles of marketing* (17th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malau, H. (2017). *Manajemen pemasaran*. Bandung: Yrama Widya.
- Nurbiyati, A., & Machfoedz, M. (2005). *Pengantar pemasaran modern*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.

- Rachmawati, D. (2011). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Rachmawati, R. (2011). *Strategi lokasi usaha dan pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Riadi, M. (2020). *Strategi penetapan lokasi usaha*. Yogyakarta: Media Komunika.
- Satriadi, R., et al. (2021). *Manajemen pemasaran: Teori dan aplikasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Setyaningsih, S. (2021). *Manajemen pemasaran produk dan jasa*. Bandung: Pustaka Setia.
- Setyaningrum, E., dkk. (2015). *Manajemen pemasaran jasa*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi terbaru). Bandung: Alfabeta.
- Sudaryono. (2016). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Suhardi. (2023). *Metode penelitian kuantitatif dalam bidang Kesehatan*. Jakarta: kencana
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi penelitian bisnis: Teori dan aplikasi praktis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tjiptono, F. (2016). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi pemasaran* (Edisi ke-4). Yogyakarta: Andi.
- Wulandari, D. (2019). Dalam M. Indrasari, *Manajemen pemasaran*. Surabaya: UNESA University Press.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2013). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (6th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Jurnal

- Astuti, R. (2021). *Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit*. Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis, 12(2), 122–134.
- Bassi, L. (2014). *The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in the Banking Sector*. Journal of Business and Management, 16(3), 44–54.
- Fitriani, D., & Kusumawati, R. (2020). *Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Sakit*. Jurnal Administrasi Bisnis, 35(1), 15–25.
- Hazfa, M., Nursanti, H., & Noviasari, L. (2014). *Pengaruh People dan Process terhadap Kepuasan Konsumen pada Industri Jasa*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 3(8), 1–15.
- Ni Wayan, A. M., & Ni Rastini, N. M. (2018). *Pengaruh Lokasi dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen*. E-Jurnal Manajemen Unud, 7(4), 2009–2025.
- Permatasari, S. I., & Basuki, R. S. (2018). *Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Spa di Kota Malang*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, 13(1), 20–30.
- Ramadhona, A., & Basuki, R. S. (2017). *Pengaruh Bukti Fisik dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 19(2), 150–158.
- Sari, M. D., & Medyani, N. P. (2018). *Pengaruh Physical Evidence terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Spa*. E-Jurnal Manajemen Unud, 7(9), 4906–4932.
- Supriyanto, & Taali, A. (2018). *Pengaruh Promosi dan Proses terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Sakit Umum*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 21(1), 88–102.
- Wijayanti, R. (2020). *Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Pasien di RSUD Kabupaten*. Jurnal Riset Manajemen, 11(2), 45–55.