

PENGARUH FASILITAS, LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN TAMU MENGINAP DI HOTEL NEO DENPASAR

**Ni Made Dian Pratiwi¹
Ni Made Hartini²**

**Falkultas Bisnis, Pariwisata, dan Pendidikan^{1,2}
Universitas Triatma Mulya
Email : dexdianpratiwi@gmail.com**

Abstract

The purpose of this study is to examine how the Neo Denpasar Hotel's facilities, location, and price affect visitors' satisfaction. Quantitative descriptive research methodologies are used in this study. The purposive sampling research method is the sampling strategy employed in this study. Multiple linear regression analysis is used in research using SPSS 25 for Windows. 90 people participated in this study. The study's sample consisted of visitors who had previously stayed at the Neo Denpasar Hotel. Respondents must be at least 17 years old and deemed capable of delivering information consistent with the facts as they stand. A questionnaire was used to gather information. The research results show that facilities, location, and price have a positive and significant influence on guest satisfaction when staying at the Neo Denpasar Hotel.

Keywords: *Facilities, Location, Price, Guest Satisfaction*

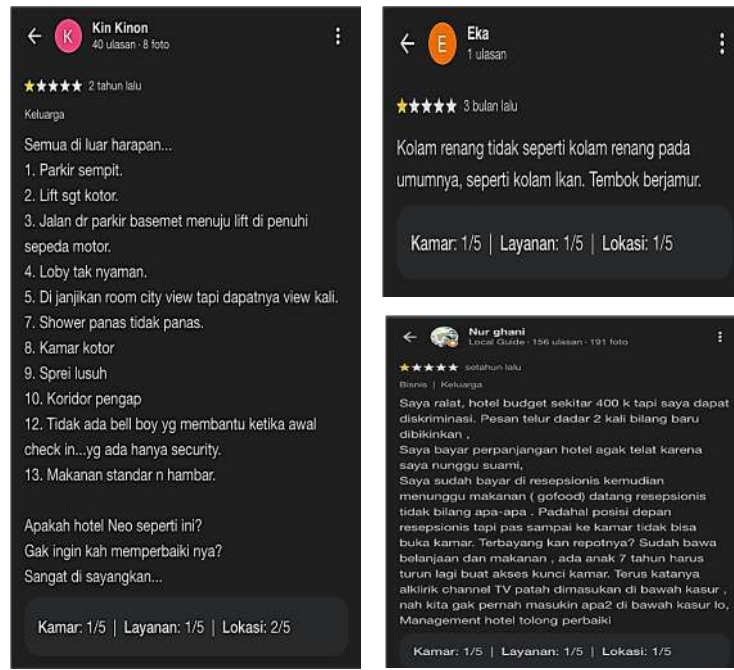
PENDAHULUAN

Hotel adalah bisnis layanan akomodasi yang menyediakan berbagai fasilitas penginapan untuk tamu yang membutuhkan tempat tinggal sementara, seperti untuk kepentingan keluarga atau tujuan liburan. Konsumen biasanya mempertimbangkan fasilitas yang disediakan, lokasi yang strategis, serta harga yang sesuai dengan anggaran sebelum memilih hotel. Hotel ialah tempat penginapan yang mempunyai beberapa ataupun banyak kamar yang bisa masyarakat umum sewa untuk waktu tertentu beserta menawarkan minuman dan makanan bagi sejumlah tamunya. Produk yang dihasilkan oleh industri perhotelan mencakup kamar hotel, restoran yang menyajikan makanan dan minuman, serta fasilitas tambahan seperti ruang *meeting*, gym dan spa yang biasanya dikelola oleh pihak ketiga Hurdawaty dan Parantika (2018).

Berdasarkan observasi di Hotel Neo Denpasar selama penulis melaksanakan pelatihan menunjukkan bahwa pihak manajemen telah melakukan penjualan kamar guna memenuhi permintaan tamu yang menginap di Hotel Neo Denpasar. Tamu yang telah menikmati fasilitas yang tersedia di Hotel Neo Denpasar biasanya akan merekomendasikan hotel tersebut kepada kerabat atau teman melalui komentar tertulis mengenai kelengkapan fasilitas, lokasi, serta harga. Hotel Neo Denpasar menghadapi beberapa permasalahan, seperti terbatasnya fasilitas yang disediakan

untuk tamu, ketidaksesuaian antara harga yang ditawarkan dan fasilitas yang diperoleh, beserta lokasi yang kurang strategis dengan area parkir yang sempit karena berada di dekat jalan raya.

Gambar 1.1
Ulasan Tamu Di Hotel Neo Denpasar



Dapat dilihat dari gambar 1.1 diatas yang memberikan komentar mengenai krangnya fasilitas yang disediakan pihak hotel yaitu parkir yang sempit, kamar yang kotor, kolam renang tidak sebagaimana umumnya, harga yang dibayarkan tidak setara akan fasilitas yang diperoleh sehingga menyebabkan tamu mengeluh, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat kekurangan dalam fasilitas yang diberikan terhadap tamu sehingga menimbulkan keluhan dari tamu yang menginap. Hal tersebut dapat menyebabkan penurunan terhadap tingkat hunian kamar yang mempengaruhi kepuasan tamu menginap yang disebabkan dari beberapa faktor salah satunya adalah fasilitas, lokasi dan harga.

Berdasar latar belakang permasalahan sebelumnya, sehingga diperoleh rumusan masalah seperti berikut.

1. Bagaimanakah pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan tamu di Hotel Neo Denpasar?
2. Bagaimanakah pengaruh Lokasi terhadap kepuasan tamu di Hotel Neo Denpasar?
3. Bagaimanakah pengaruh Harga terhadap kepuasan tamu di Hotel Neo Denpasar?

Berdasar latar belakang dan permasalahan yang diambil, sehingga tujuan penelitian ini ialah seperti berikut.

1. Guna menganalisis pengaruh Fasilitas pada kepuasan tamu di Hotel Neo Denpasar
2. Guna menganalisis pengaruh Lokasi pada kepuasan tamu di Hotel Neo Denpasar

3. Guna menganalisis pengaruh Harga pada kepuasan tamu di Hotel Neo Denpasar

TINJAUAN PUSTAKA

Fasilitas

Tjiptono (2017) menguraikan bahwasannya fasilitas yakni aset fisik yang wajib ada sebelum sebuah layanan bisa ditawarkan pada customer. Fasilitas bisa juga berwujud berbagai hal yang mempermudah customer. Tjiptono (2017) menyatakan ada beberapa unsur fasilitas yang dapat mengukur fasilitas, antara lain pertimbangan, kenyamanan dan perencanaan special, perencanaan ruangan, perlengkapan dan perabotan, warna dan tata cahaya dan unsur pendukung misalnya, wifi, tempat lokasi minum dan makan, toilet, serta lain sebagainya.

Lokasi

Menurut Tjiptono (2017) lokasi ialah beragam kegiatan pemasaran yang berupaya mempermudah dan memperlancar penyaluran ataupun penyampaian barang ataupun jasa dari produsen ke customer.

Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha dijalankan. Idealnya, penyedia jasa harus memiliki lokasi yang strategis, yang disukai baik oleh produsen maupun konsumen (Izzuddin & Muhsin, 2020).

Fure (2020) menyatakan lokasi mempunyai 4 indikator yang dapat mengukur lokasi antara lain, Lokasi mudah dijangkau, Mempunyai tempat yang cukup luas, Ketersediaan lahan parkir, dan Lingkungan sekitar nyaman.

Harga

Kotler dan Amstrong (2018) menguraikan bahwasannya harga secara sempit bisa diartikan selaku sejumlah tagihan uang atas sebuah produk ataupun jasa, bisa diartikan selaku nilai yang dibayarkan customer guna mendapat kebermanfaatan atas kepemilikan dan pemakaian jasa ataupun produk, yang sekaligus memberi keuntungan yang wajar untuk perusahaan sesuai akan nilai yang diciptakannya bagi konsumen.

Adapun 4 indikator yang dapat di ukur menurut Kotler (2018) antara lain, keterjangkauan harga, harga memengaruhi daya beli konsumen, kesesuaian harga akan kualitas jasa, dan harga bisa memengaruhi konsumen pada pengambilan keputusan

Kepuasan Tamu

Menurut Tjiptono (2017) kepuasan tamu yakni rasa kecewa ataupun senang yang seseorang dapatkan sesudah membandingkan diantara kinerja (ataupun hasil) produk yang dieskpektasikan dan persepsikan.

Kepuasan ialah rasa kecewa ataupun senang seseorang yang muncul sesudah membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (ataupun hasil) terhadap ekspektasi tamu, (Kotler & Keller, 2018).

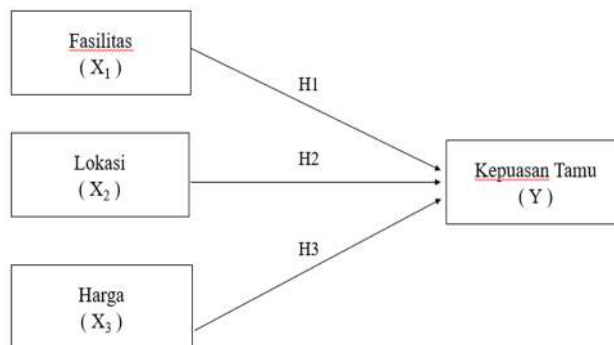
Tjiptono (2017) menguraikan ada 5 indikator yang dapat mengukur kepuasan tamu antara lain, kepuasan tamu keseluruhan, niat beli ulang, dimensi kepuasan konfirmasi harapan, dan kesediaan untuk merekomendasi.

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilaksanakan Dewi (2023) berjudul Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu di Villa Fivelement Retreat Bali. Populasi penelitian yakni tamu yang *stay* di Villa Fivelement Retreat Bali yang totalnya 70 orang. Teknik pengambilan data mempergunakan penyebaran kuesioner pada tamu yang *stay* di Villa Fivelement Retreat Bali. Uji instrumen penelitian ini mempergunakan uji kevalidan dan reliabilitas, perolehan uji validitas menguraikan bahwasannya seluruh kuesioner harga, fasilitas dan kepuasan tamu valid. Perolehan uji reliabilitas menguraikan bahwasannya semua kuesioner reliabel. Uji hipotesis menggunakan uji regresi yang diawali dengan pengujian normalitas, uji inultikolinieritas dan pengujian heteroskedastisitas. Temuan penelitian memperlihatkan bahwasannya: (1) Harga berdampak positif dan signifikan pada Kepuasan Tamu di Villa Fivelement Retreat Bali. (2) Fasilitas berdampak positif dan signifikan pada Kepuasan Tamu di Villa Fivelement Retreat Bali. (3) Harga dan Fasilitas berdampak secara simultan pada Kepuasan Tamu di Villa Fivelement Retreat Bali.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian memperlihatkan korelasi dari variabel independen, pada hal ini ialah Harga (X_3), Lokasi (X_2), dan Fasilitas (X_1) terhadap variabel dependen yakni Kepuasan Tamu (Y). Berikut adalah Gambaran yang menunjukkan konseptual kerangka konseptual.



Gambar 1.
Kerangka Konseptual Penelitian
Sumber: data diolah 2024

Hipotesis

Menurut Sugiyono (2020) Hipotesis adalah jawaban sementara atas pertanyaan atau rumusan masalah penelitian. Berdasar latar belakang masalah dan rumusan masalah yang didukung akan landasan teori dan penelitian sebelumnya, sehingga bisa di temukan hipotesis penelitian seperti berikut:

H₁ : Fasilitas berpengaruh positif terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Hotel Neo Denpasar

H₂ : Lokasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Hotel Neo Denpasar

H₃ : Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Hotel Neo Denpasar

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diimplementasikan di penelitian ini bersifat deskriptif mempergunakan pendekatan kuantitatif, yakni data yang berwujud angka ataupun bilangan yang bisa diukur secara langsung. Data ini biasanya dipergunakan di penelitian yang sifatnya kuantitatif, di mana peneliti ini ingin mengetahui hubungan antara variabel atau untuk menguji hipotesis. Data kuantitatif dapat di hasilkan dari pengukuran, survei atau eksperimen dan biasanya di analisis menggunakan statistic. Tanggapan (Sugiyono, 2020).

Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dipergunakan di penelitian ini ialah *purposive sampling*. *Purposive sampling* ialah independen pengambilan sampel melalui suatu syarat ataupun kriteria (Sugiyono, 2020). Melansir Hair, *et al* (2019) banyaknya sampel bergantung akan perkalian jumlah indikator dengan 5 hingga 10. Perolehan 90 sampel berisikan 18 indikator ialah hasil penggunaan rumus ini. Banyaknya sampel yakni 90 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik mengumpulkan data yang dipergunakan guna mendapat data yang diperlukan demi tercapainya tujuan penelitian. Teknik guna mengumpulkan data yang dipergunakan di penelitian ini ialah wawancara, kuisisioner, dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif Data
Sugiyono (2020) menguraikan bahwasannya analisis deskriptif ialah cara mengolah data yang dilaksanakan melalui cara menyusun data-data dengan sistematis menjadikannya didapatkan gambaran sederhana atas variabel yang diteliti dan menarik independen umum. Analisis ini digunakan untuk mengetahui karakteristik responden yang mencakup jenis kelamin, pekerjaan, usia, dan pendapatan.
2. Uji Validitas dan Reliabilitas
 - a. Uji Validitas
Validitas diuji guna penentuan apakah sebuah kuesioner adalah alat yang sah atau valid. Suatu independen atau kuesioner dinyatakan valid bila pertanyaan yang ada didalamnya mampu dengan baik mencerminkan hal yang hendak diukur oleh kuesioner itu (Sugiyono, 2020).
 - b. Uji Reliabilitas
Menurut Sugiyono (2020) reliabilitas adalah independen yang dipergunakan pada pengukuran sebuah kuesioner yang berfungsi sebagai penunjuk dari suatu variabel ataupun konstruk. Kuesioner dinyatakan memiliki reliabilitas ataupun keandalan bila respons individu terhadap sejumlah pernyataan itu stabil ataupun konsisten dalam berbagai waktu.
3. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas

Uji normalitas ditujukan guna verifikasi apakah data yang sudah terkumpul mempunyai distribusi yang mendekati distribusi normal. Jikalau nilai signifikansi dalam Uji Kolmogorov-Smirnov $>0,05$, bisa diambil kesimpulan bahwasannya data mempunyai distribusi yang mendekati normal. Bila nilai tersebut $<0,05$, bisa diambil kesimpulan bahwasannya data tidak mempunyai distribusi yang mendekati normal (Ghozali, 2021).

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini mempergunakan uji VIF (*Variance Inflation Factor*). Perolehan uji ini bisa diambil kesimpulan seperti berikut Bila *tolerance value* $>0,10$ dan nilai VIF < 10 , bisa diambil kesimpulan bahwasannya tidak didapati permasalahan multikolinieritas sedangkan *tolerance value* $<0,10$ dan nilai VIF >10 , menjadikannya bisa diambil kesimpulan bahwasannya ada indikasi multikolinieritas (Ghozali, 2021).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dijalankan guna melaksanakan pengujian apakah pada model regresi ada diferensiasi variance dari residual satu observasi ke observasi lain (Ghozali, 2021). Dilihat dari observasi ini bisa dilaksanakan melalui cara menguji Glejser. Uji Glejser ialah uji hipotesis guna mengetahui apakah suatu model regresi terdapat pertanda heteroskedastisitas melalui cara meregres absolut residual. Landasan pengambilan 286ndepende melalui uji glejser, Bila nilai signifikan $> 0,05$ dianggap data tidak terjadi heteroskedastisitas disisi lain jJika nilai signifikan $< 0,05$ maknanya didapati heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode ini melibatkan penggunaan *multiple linear regression method* (persamaan regresi linier berganda). Analisis ini tidak hanya menilai kekuatan hubungan antar variabel, tetapi juga mengindikasikan korelasi diantara variabel dependen dan independent. Adapun persamaan garis regresinya menyusun formula seperti berikut : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$

5. Uji T-test

Ghozali (2021) menguraikan bahwasannya Uji parsial (uji t) dipergunakan guna mengetahui pengaruh tiap-tiap variabel independent pada variabel dependen. Uji Sebagian data penelitian ini dengan mempergunakan tingkat signifikan 0,05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Saat mengevaluasi validitas instrumen penelitian, uji validitas digunakan. Jika nilai korelasi pearson kurang dari 0 koma 30 maka alat penelitian dikatakan valid. Semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid sebab nilai korelasi pearson tiap instrumen pertanyaan memberi perolehan $>0,30$.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas perolehan data dianggap reliabel bila *crobach alpha* $> 0,60$. Dalam studi ini *crobach alpha* $> 0,6$ menjadikannya dianggap reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Dalam uji asumsi klasik ini, ditinjau melalui perolehan pengujian normalitas data mempergunakan statistic Kolmogorov-Smirnov di riset ini *probability* $\geq 0,05$ sehingga distribusi dari model regresi tergolong normal. Memperlihatkan bahwasannya nilai VIF yang didapat < 10 dan *tolerance coefficient* yang didapat $> 0,10$ di tiap variabel bebas yang dipergunakan, menjadikannya bisa diambil kesimpulan bahwasannya tidak didapati korelasi ganda (multikolinearitas) antar variabel independen, oleh sebabnya asumsi multikolinearitas sudah terpenuhi. Perolehan uji heteroskedastisitas memperlihatkan nilai signifikansi yang didapat di keseluruhan variabel independen $> 0,05$ menjadikannya bisa diambil kesimpulan bahwasannya tidak didapati heteroskedastisitas di model regresi, oleh sebabnya asumsi heteroskedastisitas sudah terpenuhi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1.
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Variabel	B	t	Sig
Constanta	-.845	-.477	.633
Fasilitas (X1)	.426	4.922	.001
Lokasi (X2)	.296	2.937	.004
Harga (X3)	.450	3.795	.001

a. Dependent variabel : Kepuasan Tamu

Berdasar perolehan uji regresi linier berganda ini, sehingga bisa disusun persamaan regresi seperti berikut:

$$Y = -0,845 + 0,426X_1 + 0,296X_2 + 0,450X_3$$

Berdasar persamaan regresi diatas bisa ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = -.845 hal ini bermakna bila tidak ada Fasilitas (X₁), Lokasi (X₂), dan Harga (X₃), maka kepuasan tamu menginap di Hotel Neo Denpasar adalah menurun sebesar -.845 satuan.
2. Fasilitas (X₁) Sebesar 0,426 menyatakan bahwasannya tiap peningkatan satu satuan di variabel fasilitas, bisa menjadikan kepuasan tamu meningkat 0,426 satuan. Dapat disimpulkan semakin baik fasilitas yang disediakan oleh Hotel Neo Denpasar, maka kepuasan tamu pun akan semakin meningkat secara signifikan.
3. Lokasi (X₂) Yakni 0,296 menguraikan bahwasannya tiap kenaikan satu satuan di variabel lokasi, menjadikan kepuasan konsumen terjadi peningkatan 0,296 satuan. Dapat disimpulkan semakin strategis dan mudah diakses lokasi Hotel Neo Denpasar, maka kepuasan tamu akan meningkat.
4. Harga (X₃) Sebesar 0,450 menyatakan bahwasannya tiap kenaikan satu satuan di variabel harga, bisa menjadikan kepuasan konsumen meningkat 0,450 satuan. Dapat disimpulkan semakin sesuai dan terjangkau harga yang Hotel Neo Denpasar tawarkan, menjadikan tingkat kepuasan tamu akan makin meningkat pula.

Uji T-test

Berdasar tabel 1 diatas bisa diambil sejumlah kesimpulan seperti berikut:

1. Perolehan uji hipotesis variabel fasilitas didapat Nilai t hitung yakni 4,922 yang bernilai positif dan melebihi t tabel yakni 1,663, beserta nilai signifikansi yakni $0,001 < \alpha (0,05)$, memperlihatkan bahwasannya H_0 ditolak. Maknanya, H_1 diterima, yaitu variabel Fasilitas secara parsial berdampak positif dan signifikan pada kepuasan tamu menginap di Hotel Neo Denpasar.
2. Perolehan uji hipotesis variabel lokasi memperlihatkan Nilai t_{hitung} yakni 2,937 bernilai positif dan melebihi t_{tabel} yakni 1,663 serta nilai t Sig. $0,004 < \alpha (0,05)$ menjadikan H_0 ditolak. Maknanya, H_1 diterima, yaitu variabel Lokasi secara parsial berdampak positif dan signifikan pada kepuasan tamu menginap di Hotel Neo Denpasar.
3. Perolehan uji hipotesis variabel harga memperlihatkan Nilai t_{hitung} yakni 3,795 bernilai positif dan melebihi t_{tabel} yakni 1,663 serta nilai t Sig. $0,001 < \alpha (0,05)$ sehingga H_0 ditolak. Artinya, H_1 diterima, yaitu variabel Harga berdampak positif dan signifikan pada kepuasan tamu menginap di Hotel Neo Denpasar.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasar data yang didapat melalui hasil analisis dan pembahasan yang sudah dikemukakan sebelum ini, sehingga bisa ditarik beberapa kesimpulan di penelitian ini yakni seperti berikut:

1. Perolehan uji variabel Fasilitas (X_1) secara parsial berdampak positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Hotel Neo Denpasar. Hasil ini diindikasikan berdasar hasil uji mempegunakan regresi linier berganda b_1X_1 yakni 42,6% dan nilai uji t yakni 4,922 dengan signifikansi yakni $0,001 < (\alpha) 0,05$. Hasil ini berarti H_0 ditolak. Artinya H_1 diterima, yaitu variabel fasilitas berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu menginap di Hotel Neo Denpasar.
2. Perolehan uji variabel Lokasi (X_2) secara parsial berdampak positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Hotel Neo Denpasar. Hasil ini dibuktikan dari hasil pengujian melalui koefisien regresi b_2X_2 yakni 29,6% dan nilai uji t sebesar 2,937 dengan signifikan sebesar 0,004 lebih kecil pada nilai alpha (α) 0,05. Hasil ini berarti H_0 ditolak. Artinya H_1 diterima, yaitu variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu menginap di Hotel Neo Denpasar.
3. Hasil uji variabel Harga (X_3) secara parsial berdampak positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Hotel Neo Denpasar. Hasil ini berarti H_0 ditolak. Artinya H_1 diterima, yakni variabel harga berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Neo Denpasar. Perolehan ini dibuktikan dari hasil pengujian melalui koefisien regresi b_2X_2 yakni 45% dan nilai uji t yakni 2,937 dengan signifikansi yakni $0,004 < (\alpha) 0,05$. Perolehan ini bermakna H_0 ditolak. Artinya H_1 diterima, yaitu variabel harga berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu menginap di Hotel Neo Denpasar.

Saran

Berdasar temuan survei yang dilaksanakan, berdasarkan karakteristik responden, kami bisa memberi saran yang bisa meningkatkan kepuasan tamu menginap di Hotel Neo Denpasar.

1. Disarankan Hotel Neo Denpasar perlu terus meningkatkan kualitas fasilitas yang ada, seperti kebersihan kamar, kenyamanan tempat tidur, kecepatan Wi-Fi, dan variasi menu sarapan. Jika memungkinkan, penambahan fasilitas tambahan seperti *kids corner*, *co-working*, dan sebagainya dapat menjadi nilai tambah untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Hotel dapat memanfaatkan keunggulan lokasinya dengan meningkatkan aksesibilitas, seperti bekerja sama dengan layanan transportasi online atau menyediakan layanan shuttle ke tempat wisata dan pusat kota serta informasi mengenai keunggulan lokasi hotel perlu dipromosikan lebih luas melalui media sosial dan situs web resmi
3. Hotel perlu menyesuaikan harga sebagaimana daya beli konsumen dan menggunakan strategi harga dinamis berdasarkan musim dan tingkat okupansi serta menawarkan promo menarik seperti paket bundling (misalnya, menginap + sarapan gratis) dapat meningkatkan daya tarik hotel di tengah persaingan industri perhotelan.
4. Untuk penelitian berikutnya bisa mempertambah variabel lainnya misalnya kualitas layanan, citra merek, atau ulasan online, dan yang lainnya serta membandingkan hasil dengan hotel lain untuk memahami tren kepuasan konsumen secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- A Parantika, R Hurdawaty. 2018. *Sanitasi, Hygiene dan Keselamatan Kerja*. Jakarta: Erlangga
- Dewi, S. 2023 Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu di Villa Fivelement Retreat Bali. *Skripsi*, Universitas Triatma Mulya, 1.1-10
- Donovan S., R., & Fadillah, A. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 1-8. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.322>".
- Fadillah, A. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel 101 Suryakencana Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 1-8.
- Google Review. 2024. *Hotel NEO Denpasar*. Google Maps. Retrieved [11 November 2024], from <https://www.google.com/review/place/Hotel+NEO+Denpasar>

- Ghozali, I. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariaji, G. U., & Iriyanto, S. 2019. Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen (Studi pada Warung Kopi Srintil Di Temanggung). *Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis*, 15(2).
- Hair et.al. 2019. *Multivariate Data Analysis, Eighth Edition*. In Annabel Ainscow.
- Fure, H. 2020. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Traditional Bersehati Calaca, *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.3
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78.
- Isnana, I., Iranita, I., & Myrna, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung di New Marjoly Beach and Resort dengan Kepuasan Pengunjung sebagai Variabel Intervening (Doctoral dissertation, Universitas Maritim Raja Ali Haji).
- Kotler, & Amstrong. 2018. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Krisdayanto I., Haryono, A.I., dan Gagah, E. 2018. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di I Cafe Lina Putra Net Bandungan. *Journal of Management*, 4 No. 4 (Universitas Pandanaran).
- Mulyana, M., 2019. *Consumer Behaviour. Sukses dengan memahami konsumen*. ISBN 978-979-18531-6-3. Bogor kesatuan press.
- Nugroho, Dwi Mulyono. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Prabayar Telkomsel. *Jurnal OE* vol. 7 no.2 Juli 2015.
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. 2021. Signifikansi harga, fasilitas dan layanan terhadap kepuasan konsumen jasa hotel. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 11(1), 67-78.
- Suciastiti, A. 2023. Pengaruh Harga Kamar dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Prime Plaza Hotel & Suite, Sanur-Bali, *Skripsi*, Universitas Triatma Mulya. 1. 1-90
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, 2017, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.

- Widiastra, 2022, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Pondok Bagus Canggü, *Skripsi*, Dhyana Pura.
- Winarno, S., Mananeke, L., & Ogi, I. W. 2018. Analisis Pelayanan Konsumen Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Maxx Coffee Cabang Hotel Aryaduta Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3).