ARZUSIN
Jurnal Manajemen dan Pendidikan Dasar

e-ISSN : 2809-4093
p-ISSN : 2809-4484

Terindeks: Dimensions, Scilit, Lens, Semantic Scholar, Crossref, Garuda, Google Scholar, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/arzusin.v3i4.1386

PENGARUH FASILITAS DAN WORD OF MOUNT TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP PADA HOTEL AL-ISTIQAMAH PASAMAN BARAT

Naufal Lorenzo & Trisna Putra
Universitas Negeri Padang
Novallorenzo23@gmail.com ; tputra@fpp.unp.ac.id

Abstract

In the hospitality industry, facilities are important because the decision to choose a hotel is influenced by both online promotions and word of mouth. The aim of this research was to analyze the effect of facilities and word of mouth on the decision to stay at the Al-Istiqamah Hotel, West Pasaman. This research is a quantitative research using causal associative method. In this study, to collect data using questionnaires to guests who have stayed at the Al-Istiqamah Hotel, West Pasaman. The questionnaire can be in the form of a statement to the respondent. Testing the reliability of research using reliability analysis with the help of SPSS version 25.00. From the results of this study the independent variable that has a large influence is word of mouth with a coefficient of 0.420 followed by facilities with a coefficient of 0.362. The t test results from the facility (X1) obtained t count of 5.301 from a significance of 0.05 obtained t table of 0.2061 and the results of the t test for word of mouth (X2) obtained t count of 5.647 from a significance of 0.05 obtained t table 1.987 which can be concluded that t count> t table. Thus the first hypothesis can be accepted, namely that there is a significant influence of the facilities and word of mouth variables on the decision to stay at Hoel Al-Istiqamah, Pasaman Barat.

Keywords *: Facilities, Word of Mouth, Decision to Stay*

Abstrak : Dalam industri perhotelan fasilitas menjadi hal yang penting karena keputusan untuk memilih hotel tersebut dipengaruhi oleh hal tersebut baik dari promosi secara online ataupun dari mulut ke mulut. Tujuan melakukan penelitiannya untuk analisis pengaruh fasilitas dan *word of mouth* terhadap keputusan menginap pada Hotel Al-Istiqamah Pasaman Barat. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kuantitatif dan memakai metode assosiatif kausal. Untuk pengumpulan datanya menggunakan penyebaran kuisioner pada tamu yang sudah menginap di Hotel Al-Istiqamah Pasaman Barat. Kuisioner tersebut dapat berupa pernyataan kepada responden. Pengujian reliabilitas penelitian menggunakan analisis reliabilitas dengan bantuan dari SPSS versi 25.00. Hasil dari penelitian tersebut variable independen yang mempunyai pengaruh sangat besar yaitu *word of mouth* yang koefisiennya 0,420 di ikuti fasilitas yang koefisiennya 0,362. Hasil uji t dari fasilitas (X1) didapat t hitung sebesar 5,301 dari signifikansi 0,05 t tabel sebesar 0,2061 dan untuk uji tnya dari *word of mouth* (X2) didapat t hitung sebesar 5,647 dari signifikansi 0,05 didapat t tabel 1,987 yang dapat diartikan dari t hitung > t tabel. Dan hasil dari hipotesis pertama dapat dierima yaitu memiliki pengaruh yang signifikan variabel fasilitas dan *word of mouth* terhadap keputusan menginap di hoel al-istiqamah pasaman barat.

Kata Kunci: Fasilitas, Word of Mouth, Keputusan Menginap

Arzusin is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

PENDAHULUAN

Salah satu hal utama yang harus diperbaiki oleh para pebisnis penginapan adalah perkantoran. Menyatakan Zakiah Daradjat (2012: 230) fasilitas merupakan segala sesuatu yang bisa bekerja dengan usaha dan mempercepat pekerjaan dalam mendapatkan sesuatu keingginan. Sementara itu, menyatakan Suryo Subroto (2013: 22) fasilitas merupakan suatu yang bisa melakukan aktifitas kerja dan memfasilitasi dalam melakukan kegiatan. fasilitas bisa menjadi pondasi yang dibutuhkan pembeli baik untuk menunjang pekerjaan, keluarga maupun liburan. Pelanggan sebelum mengambil pilihan untuk tetap akan mempertimbangkan dan memilih kenyamanan seperti yang ditunjukkan oleh model atau kantor yang diperlukan. Selain perkantoran, sudut pandang kemajuan juga merupakan strategi ampuh dalam melewati persaingan di bisnis akomodasi. Sudut pandang kemajuan berencana untuk menyampaikan data kepada pembeli dengan memengaruhi dan meyakinkan mereka agar tertarik untuk membeli tenaga kerja dan produk yang disajikan oleh penginapan. Oleh karena itu, pengembangan penginapan harus dilakukan sebagai cara untuk menarik klien atau tamu baru. Menurut Joesyiana (2018) menyatakan bahwa Verbal (WOM) adalah korespondensi dengan mendengarkan percakapan orang lain sehubungan dengan penilaian suatu barang atau administrasi yang berencana untuk memberikan data baik secara terpisah maupun dalam pertemuan. Dalam memilih pembelian artinya perkembangan siklus dimulai dari dengan pembeli mengetahui masalahnya, mencari sumber mengenai barang atau mereks tertentu dan menilai barang tersebut apakah baik untuk beberapa opsi ini dalam mengatasi permasalahan tersebut, yang akhirnya akan mendorong untuk beli (Tjiptono, 2014: 21). Raharjani (2005) menyatakan bahwa jika perusahaan pendukung memiliki fasilitas yang lengkap agar bisa mempermudahkan pembeli dalam memakai layanannya dan pelanggan nyaman untuk menggunakan layanannya,oleh sebab itu yang memiliki pengaruh terhadap konsumen untuk membeli layanan. Pertukaran informal umumnya langsung diketahui oleh pembeli karena individu yang menyampaikannya adalah orang-orang yang dapat dipercaya, seperti spesialis, sahabat, keluarga, dan distribusi komunikasi yang luas sehingga mereka dapat mengikuti pilihan pembelian (Tjiptono, 2008:29).

METODE

Jenis penelitian yang dilakukan merupakan jenis kuantitatif dengan metode assosiatif kausal hubungan atau sebab akibat sugiyono (2019:16). Teknik dalam pengambilan sampel ini adalah non probality sampling dengan mengambil sebanyak 91 responden. Penelitian ini menggunakan angket dalam pengumpulan data dengan skala likert dengan jumlah sebanyak 13 pernyataan yang sudah di uji validitasnya dan uji reliabilitas. Data ditabulasikan dan dideskripsikan. Untuk uji analisisnya menggunakan uji normalitas, uji homogenitas, uji multikolinearitas dan uji linearitas. Untuk melakukan uji hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 25.00.

HASIL

Karakter responden dilihat dari jenis kelamin yang telah dilakukan penelitian dan dapat diliat dibawah ini :

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelemin

N= 91

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Laki – Laki	67	74%
2	Perempuan	24	26%
Total		**91**	**100%**

Dilihat dari tabel di atas terlihat bahwa 74% responden laki-laki dan 26% responden perempuan.

Karkteristik responden dilihat dari jenis umur yang telah dilakukan penelitian dan dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

N= 91

No	Umur	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	25 – 35 Tahun	30	33%
2	36 – 46 Tahun	34	37%
3	> 47 Tahun	27	30%
	Total	**91**	**100**

Dilihat dari tabel di atas terlihat bahwa 33% responden berumur 25-35 tahun, 37% responden berumur 36-46 tahun, 30% responden berumur >47 tahun.

Karakteristik reponden berdasarkan pekerjaan pada penelitian ini dan dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

N= 91

No	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Mahasiswa	10	11%
2	PNS	29	32%
3	Wiraswasta	17	19%
4	Karyawan Swasta	35	38%
Total		**91**	**100**

Dilihat dari tabel terlihat bahwa 11% responden sebagai mahasiswa, 32% responden mengisi sebagai pegawai pemerintah, 19% responden mengisi sebagai pebisnis, dan 38% responden mengisi sebagai karyawan swasta.

Tabel 4. Statistik Variabel Fasilitas

Statistics		
FASILITAS (X1)		
N	Valid	91
	Missing	0
Mean		13,3736
Median		13
Mode		14
Std. Deviation		3,62904
Variance		13,17
Range		15
Minimum		5
Maximum		20
Sum		1217

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan terdapat skor tanggapan responden dari fasilitas paling sedikit adalah skor 5 dan skor paling menonjol adalah 20. Dilihat dari penyampaian skor, skor tipikal (mean) adalah 13,3736, skor tengah adalah 13 , skor yang muncul secara teratur (modus) 14, standar deviasi (standar deviasi) 3,62904, jangkauan 15, perubahan 13,170, dan jumlah1217.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat skor tanggapan responden dari word of mouth paling sedikit skor 4 dan skor tertinggi 20. Dilihat dari penyampaian skor, skor tipikal

(mean) adalah 12,7912, skor pusat (median) adalah 13, skor yang sering muncul (modus) 12, standar deviasi (standar deviasi) 3,33172, jangkauan 16, perubahan 11.100, dan total 1164.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat skor tanggapan responden dari keputusan menginap paling minimal 5 dan skor paling menonjol adalah 20. Berdasarkan sirkulasi skor, skor tipikal (mean) adalah 13,3736, pusat skor (tengah) adalah 13, skor yang terjadi berulang-ulang (modus) 14, standar deviasi (standar deviasi) 3,62904, range 15, fluktuasi 13,170, dan jumlah 1217.

Uji Multikolinearitas mempunyai tujuan untuk mencari didalam model regresi apakah ditemukan hubungan variabel independen.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	FASILITAS (X1)	0,699	1,431
	WORD OF MOUTH (X2)	0,699	1,431

Dilihat dari hasil koefisien, terlihat bahwa variabel fasilitas (X1) dan word of mouth (X2) adalah 0,699 sedangkan VIF fasilitas (X1) dan word of mouth (X2) adalah 1,431. Nilai resistansi dan VIF dari kedua faktor untuk kasus ini hampir sama, hal ini dikarenakan pada model relaps hanya terdiri dari dua faktor otonom dengan melihat pada kantor VIF dan faktor verbal sebesar 1.431 dibawah 10 dan faktor nilai resiliensi 0,699 diatas 0,1 maka pada model relaps yang dibentuk tidak menunjukkan efek samping multikolinearitas.

Uji Normalitas yang berfungsi untuk mencari data berdistribusi secara wajar atau tidak.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

		FASILITAS (X1)	WORD OF MOUTH (X2)	KEPUTUSAN MENGINAP (Y)
N		91	91	91
Normal Parameters[a,b]	Mean	13,3736	12,7912	18,9231
	Std. Deviation	3,62904	3,33172	3,07763
Most Extreme Differences	Absolute	,069	,087	,081
	Positive	,069	,062	,060
	Negative	-,063	-,087	-,081
Test Statistic		,069	,087	,081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]	.083[c]	.181[c]

Menunjukkan Asymp Sig variabel fasilitas adalah 0,200 untuk variabel word of mouth adalah 0,083 dan keputusan menginap adalah 0,181 dengan nilai > 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa ketiga data tersebut distribusi normal.

Uji Homogenitas untuk mencari tahu apakah variabel homogen atau tidak

Tabel 7. Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
KEPUTUSAN MENGINAP (Y)	Based on Mean	1,71	13	75	0,076
	Based on Median	1,278	13	75	0,245
	Based on Median and with adjusted df	1,278	13	60,849	0,251
	Based on trimmed mean	1,699	13	75	0,079

Berdasarkan analisis uji homogenitas diperoleh nilai Signifikansi sebesar 0,76 dengan signifikansi > 0,05. Yang artinya nilai dari signifikansi data besar dari signifikansi.Dapat ditarik kesimpulan data dari populasi yang mempunyai varian sama atau bersifat homogen.

Uji Linearitas untuk mengetahui tiga variabel mempunyai hubungan yang linear.

Tabel 8. Hasil Uji Linearitas X1 Terhadap Y

ANOVA Table

			F	Sig.
KEPUTUSAN MENGINAP (Y) * FASILITAS (X1)	Between Groups	(Combined)	6,4	0
		Linearity	78,164	0
		Deviation from Linearity	1,274	0,244
	Within Groups			
	Total			

Tabel 9. Hasil Uji Linearitas X2 Teradap Y

ANOVA Table				
			F	Sig.
KEPUTUSAN MENGINAP (Y) * WORD OF MOUTH (X2)	Between Groups	(Combined)	5,33	0
		Linearity	73,489	0
		Deviation from Linearity	0,462	0,946
	Within Groups			
	Total			

Hasil uji linearitas di peroleh nilai sig 0.244 dengan signifikansi > 0,05.Maka dapat disimpulkan terdapat hubungan linear secara signifikan antara fasilitas (X1) dengan keputusan menginap (Y).

Hasil dari uji linearitas di dapat nilai sig 0.946 dengan signifikansi > 0,05. Jadi bisa disimpulkan bahwa mempunyai hubungan linear secara signifikan dengan variabel word of mouth (X2) dengan keputusan menginap (Y)

Uji Regresi Linear Berganda untuk mengetahui pengaruh dua variabel dengan variabel yang lainnya

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,713	,910		9,578	,000
	FASILITAS (X1)	,362	,068	,427	5,301	,000
	WORD OF MOUTH (X2)	,420	,074	,455	5,647	,000

Dapat diketahui dari tabel tersebut variabel bebas adalah fasilitas dan variabel word of mouth berpengaruh terhadap keputusan menginap. Dari persamaan tersebut diketahui variabel bebas yang paling berpengaruh yaitu variabel word of mouth dengan koefisien 0,420 di ikuti dengan variabel fasilitas koefisien 0,362.

Uji T mengetahui ada atau tidak pengaruh antara (fasilitas dan word of mouth) dengan variabel (keputusan menginap) secara parsial.

Tabel 11. Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,713	,910		9,578	,000
	FASILITAS (X1)	,362	,068	,427	5,301	,000
	WORD OF MOUTH (X2)	,420	,074	,455	5,647	,000

Hasil dari uji t untuk variabel fasilitas (X1) diperoleh t hitung = 5,301 ,tingkat signifikansi 0,05, t tabel 0,2061 dan hasil uji t variabel word of mouth (X2) diperoleh t hitung = 5,647 dengan signifikansi 0,05 di dapat t tabel 1,987 jadi t hitung > t tabel, dengan demikian hipotesis pertama dapat di terima yaitu Terdapat pengaruh yang signifikan variabel Fasilitas dan Word of Mouth terhadap Keputusan Menginap di Hotel Al Istiqamah Pasaman Barat.. Dengan kata lain dapat di simpulkan bahwa fasilitas yang lengkap dan banyaknya informasi word of mouth dari tamu ke tamu yang akan meningkatkan keputusan menginap.

Uji F mengetahui ada atau tidak pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 12. Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	512,773	2	256,386	66,420	.000[b]
	Residual	339,689	88	3,860		
	Total	852,462	90			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENGINAP (Y)

b. Predictors: (Constant), WORD OF MOUTH (X2), FASILITAS (X1)

Berdasarkan hasil dari uji F, dengan nilai F hitung sebesar 66,420,tingkat signifikansi sebesar 0,05 dan df1 = 2 dan df2 = 88 dengan nilai F tabel = 3,100 jadi nilai F hitung (66,420)> F tabel (3,100) , dapat diartikan kedua variabel fasilitas dan word of mouth simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan menginap.

PEMBAHASAN

1. Fasilitas (X1)

Berdasarkan hasil penilaian dari 91 orang sampel, hasil uji linearitas diatas di peroleh nilai sig 0.244 dengan taraf signifikansi > 0,05. Sehingga maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel fasilitas (X1) dengan keputusan menginap (Y). Menurut Sulastiyono (2011: 28), "Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan- perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan kegiatannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan tamu dapt terpenuhi selama berada di Hotel".

2. Word Of Mouth (X2)

Berdasarkan hasil penilaian dari 91 orang sampel,hasil uji linearitas diatas di peroleh nilai sig 0.946 dengan taraf signifikansi > 0,05. maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel word of mouth (X2) dengan keputusan menginap (Y). Berdasarkan persamaan dapat diketahui bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh adalah variabel word of mouth dengan koefisien 0,420 .Menurut Hasan (Qadhafi, 2017) word of mouth merupakan perilaku yang dilakukan konsumen dengan cara memberikan informasi kepada konsumen lain mengenai produk, jasa maupun merek.

3. Keputusan Menginap (Y)

Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian (Tjiptono, 2014:21).

4. Pengaruh Fasilitas Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Menginap

Berdasarkan persamaan dapat diketahui bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh adalah variabel word of mouth dengan koefisien 0,420 kemudian di ikuti variabel fasilitas dengan koefisien 0,362. Artinya variabel yang paling berpengaruh adalah variabel word of mouth dengan koefisien 0,420.

Hasil uji t untuk variabel fasilitas (X1) diperoleh t hitung = 5,301 dengan tingkat signifikansi 0,05, didapat t tabel sebesar 0,2061 dan hasil uji t untuk variabel word of

mouth (X2) diperoleh t hitung = 5,647 dengan signifikansi 0,05 di dapat t babel sebesar 1,987 ini berarti t hitung > t tabel, dengan demikian hipotesis pertama dapat di terima yaitu Terdapat pengaruh yang signifikan antara Fasilitas dan Word of Mouth terhadap Keputusan Menginap di Hotel Al Istiqamah Pasaman Barat. Dengan kata lain dapat di simpulkan bahwa fasilitas yang lengkap dan luasnya berita word of mouth dari konsumen ke konsumen akan meningkatkan keputusan menginap.

Hasil uji f Berdasarkan tabel diperoleh nilai F hitung sebesar 66,420 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 dan df1 = 2 dan df2 = 88 didapat nilai F tabel = 3,100 karena nilai F hitung (66,420)> F tabel (3,100) atau sig 0,000 jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen fasilitas dan word of mouth secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menginap.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan dari hasil penelitian dengan judul "Pengaruh Fasilitas,Word Of Mouth Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Al-Istiqamah Pasaman Barat". Hasil dari persamaan diketahui variabel independen yang paling berpengaruh adalah variabel word of mouth dengan koefisien 0,420 dan di ikuti dengan variabel fasilitas koefisien 0,362.

Hasil uji t dari variabel fasilitas (X1) didapat t hitung = 5,301 dari tingkat signifikansi 0,05, didapatkan hasil t tabel sebesar 0,2061 dan hasil uji t dari variabel word of mouth (X2) didapat t hitung = 5,647 signifikansi 0,05 di dapat t babel 1,987 yang artinya t hitung > t tabel, dengan demikian hipotesis pertama dapat di terima yaitu Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Fasilitas dan Word of Mouth terhadap Keputusan Menginap di Hotel Al Istiqamah Pasaman Barat.

DAFTAR PUSTAKA

Ardiansyah, (2019): Audini, Frisca. *Pengaruh Fasilitas, Lokasi, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Bimbingan Belajar Step Forward.* Diss. Prodi Manajemen, 2020.

Arikunto (2014). Irawan, Doni. "efektivitas bimbingan kelompok dengan teknik manajemen waktu untuk menurunkan perilaku terlambat siswa smk pawyatan daha 2 kediri." Jurnal Simki Pedagogia 3.5 (2019): 37-43.

Bellia F.A dan Eko P. (2019). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan

Menginap Tamu Di Hotel Best Western Premier The Hive Jakarta. Jurnal Hospitality dan Pariwisata. Vol 4. No 1.

Duwi Arianto N. dan Jefri M. (2018). Pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pada hotel dharmawangsa. Jurnal Semarak,Vol. 1,No.1

Enna Molik, (2017). Pengaruh Bauran Promosi Hotel Terhadap Keputus Menginap

Gusti Bagus Rai, *Pengantar Industri Pariwisata*, (Sleman : Depublish, 2012),hlm.51

Hasan Qadhafi. (2017) Zahrahast, Cut Wahidanti, Aa Kartiwa, and YayatGinanjar. *"Analysis Of Marketing Communications in Building Brand Awareness at Distro Madman Wear Sumedang."* SINTESA 13.1 (2022): 59-69.

Kristianti, Audini, Frisca. (2016). *Pengaruh Fasilitas, Lokasi, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Bimbingan Belajar Step Forward.* Diss. Prodi Manajemen, 2020.

Meylin W. S. dan Eddy M. S. (2019). *Analisis Pengaruh Kesesuaian Harga, Efektivitas Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Zest Hotel Jemursari Surabaya.* Jurnal Agora Vol. 7, No. 1

Nirwana, (2014) Podengge, Reni Kristiani, and Haryani Haryani. *"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Kemudahan Akses Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang."* Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi 1.2 (2023): 70- 89.

Priyatno, Dwi. (2013). *OlahData Statistik Dengan Program PSPP*. (MediaKOM: Yogyakarta

Qadhafi, (2017) Putra, Rega Ariza Bayu, Heri Wijayanto, and Hadi Sumarsono. *"Pengaruh Word of Mouth (WOM), Pelayanan dan Kepercaaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen UD*. Sri Mulyo Agung)." ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi 6.1 (2022): 115- 127.

Raharjani (2005) Lumentut, Faris L., and Indrie D. Palandeng.*"fasilitas,servicescape,dankualitaspelayanan,pengaruhnya terhadapkepuasan konsumen mcdonald manado."* Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 2.3 (2014).

Ronny dan Chie Jeffry Sunandar, (2019)Manik, Lufita Liasari Br. "Analisis Customer Relation Management (CRM) dan Kualitas PelayananTerhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Minimarket Alfamart Deli Serdang (Pendekatan Structural Equation Modelling)." Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains 1.01 (2021).

Sarah Maryam Chandradan Maria V.J. Tielung. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Baliem PilamoDi Wamena*. Jurnal EMBAVol.3 No.3

Suci et al., (2018) Juherdin, Juherdin. *Pengaruh Fasilitas dan Promosi Terhadap Keputusan Menginap Di Pacific Palace Hotel*. Diss. Prodi Manajemen, 2022.

Sugiyono, (2010) DAMSIR, MAHDI LATIEF. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Layanan IndiHome di Pekanbaru.* Diss. Universitas islam negeri sultan syarif kasim riau , 2019.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*

Sugiyono (2018) Rohman, Abdul, Bambang Ismaya, and M. Mury Syafei. *"Survei Teknik Dasar Passing Kaki Bagian dalam Peserta Ekstrakurikuler Futsal SMK Pamor Cikampek."* Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan 7.6 (2021): 357-366.

Sugiyono (2019) Rahayu, Bela Apriliana, and Ela Suryani. *"Pengaruh Model Teams Games Tournament (TGT) Berbantuan Media Ular Tangga untuk Pemahaman Konsep Siswa pada Pelajaran IPA Kelas 4 SD Negeri Bakalrejo 01."* Media Penelitian Pendidikan: Jurnal Penelitian dalam Bidang Pendidikan dan Pengajaran 16.1 (2022): 14- 20.

Sugiyono (2019) agustina,silvia.*pengaruh sikapkewirausahan,pendidikan kewirausahan dan efikasi diri terhadap kesiapan berwirausaha (Survei pada Mahasiswa di Lingkungan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Angkatan 2018 Universitas Siliwangi).* Diss. Universitas Siliwangi, 2021.

Sulastiyono (2006) *fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas – aktivitasnya atau kegiatan – kegiatannya*

Suryo Subroto (2013) *Business Treveler Di Hotel Bisnis, Univeritas Brawijaya, Malang* : Jurnal Administrasi Bisni

Tjiptono (2006) Faradisa, Isti, Leonardo Budi Hasiholan, and Maria Magdalena Minarsih. *"Analisis pengaruh variasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada Indonesian coffeeshop Semarang (ICOS CAFE)."* Journal of Management 2.2 (2016).

Tjiptono (2016) Muhammad, Safrudin. *Pengaruh kualitas pelayanan,fasilitas dan terhadap kepuasan konsumen pt. kereta api indonesia (Studi Kasus pada Stasiun Pasar Senen Daop 1 Jakarta).* Diss. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, 2019.

Zakiah Daradjat (2012) *Pengaruh Bauran Promosi Hotel Terhadap Keputus Menginap***.**