



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUASAN BERKUNJUNG DI NOURA GUEST HOUSE  
SYARIAH  
DI KOTA MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh  
**CHOLILA**  
NPM. 21801083076



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
2023**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Promosi terhadap Kepuasan Berkunjung di Noura Guest House Syariah Kota Malang. Jenis penelitian ini adalah penelitian survei kuantitatif. Pada penelitian ini, sampel yang diambil adalah 100 pengunjung Noura Guest House Syariah Malang. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan metode pengumpulan menggunakan kuesioner dan diukur dengan skala Likert. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS. Hasil penelitian sebagian menunjukkan bahwa: 1) Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kunjungan, 2) Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kunjungan, 3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kunjungan.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Promosi, Kepuasan**

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of Service Quality, Facilities and Promotion on Visiting Satisfaction at Noura Guest House Syariah in Malang City. This type of research is quantitative survey research. In this study, the sample taken was 100 visitors to Noura Guest House Syariah Malang. This study used quantitative data and the method of collection using questionnaires and measured with a Likert scale. The analysis tool used is multiple linear regression analysis using SPSS. The results of the study partially showed that: 1) Service Quality has a positive and significant effect on visiting satisfaction, 2) Facilities have a positive and significant effect on visiting satisfaction, 3) Promotion has a positive and significant effect on visiting satisfaction.*

**Keywords:** *Quality of Service, Facilities, Promotion, Satisfaction*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri halal yang menjadi tren dunia pada saat ini. Hal ini terbukti dari prospek industri halal yang terus tumbuh dari tahun ke tahun. Tentu saja, potensi yang besar ini merupakan implikasi dari banyaknya jumlah penduduk muslim di Indonesia. Indonesia menyumbang 12,7% populasi muslim di dunia. Bila dilihat dari jumlahnya, pada tahun 2022 diperkirakan sebanyak 231 juta penduduk muslim tinggal di Indonesia. Total populasi di Indonesia diperkirakan mencapai 275 juta jiwa, sehingga jumlah penduduk muslim setara dengan 86,7% total populasi di Indonesia (Adha et al., 2021)

Populasi muslim yang besar juga membuat permintaan terhadap produk industri halal semakin besar. Industri halal memiliki peran yang cukup strategis dalam meningkatkan perekonomian dan sudah seharusnya industri halal dikembangkan di Indonesia. Industri halal telah menyumbang sebanyak USD 3,8 miliar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia setiap di tahunnya. (Fathoni, 2020).

Sudah semestinya Indonesia mulai mengembangkan industri halal agar bisa membangun perekonomian secara maksimal. Saat ini, perkembangan bisnis di dunia semakin maju dan berkembang sangat pesat. Sehingga tingginya persaingan dalam dunia bisnis. Dampak dari globalisasi ini menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan penginapan berkembang dengan cepat (Fathoni, 2020).

Indonesia memiliki potensi wisata yang sangat besar sehingga peluang bisnis dalam penginapan juga semakin besar, Selain itu Indonesia juga memiliki banyak destinasi wisata yang tersebar luas diberbagai penjuru kota, baik itu wisata alam, peninggalan

sejarah, keraton, masjid raya sebagai ikon suatu kota, dan lain sebagainya. Dengan jumlah pertumbuhan penduduk muslim yang semakin meningkat, pengelolaan bisnis syariah pun semakin berkembang pesat. Sebagai contoh ialah guest house syariah, hotel, vila, dan penginapan lainnya. Guest house merupakan usaha penginapan berskala kecil. Penginapan dengan jenis seperti ini banyak yang asalnya dari rumah pribadi yang kemudian diubah menjadi guest house. Guest House ini pun mulai banyak yang menggunakan konsep syariah. Dalam penelitian ini akan memfokuskan pada standar usaha guest house syariah yang terletak di Kota Malang yaitu Noura Guest House Syariah.

Bisnis guest house yang berbasis syariah ini merupakan fenomena baru, jadi belum ada aturan yang lebih rinci mengenai guest house syariah, sehingga peneliti melakukan penelitian dengan berpedoman pada hukum positif dan hukum Islam. Guest House Syariah ini merupakan industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Design bangunan, interior dan eksterior kamar serta restaurant. Suasana yang tercipta dan restoran serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Layanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan keterampilan staf atau karyawan dalam melayani pelanggannya, (Sellang et al, 2022).

Usaha industri halal salah satunya Guest House dianggap sebagai suatu usaha yang menguntungkan dan juga selalu mengalami perkembangan. Berkaitan dengan penggunaan jasa penginapan, kepuasan diharapkan mampu menjadi motivasi untuk mengajak orang-orang terdekat agar kembali menggunakan jasa penginapan yang telah dikunjungi sebelumnya. Secara tidak langsung kepuasan pengunjung mampu melahirkan aktivitas promosi yang dilakukan melalui pengunjung yang telah menggunakan jasa penginapan. Pengunjung yang telah menggunakan jasa penginapan dan mengalami

kepuasan akan memiliki kecenderungan memberikan rekomendasi kepada calon pengunjung lain untuk menggunakan jasa penginapan tersebut (Riyanti, 2020).

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta menjadi salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Apabila kepuasan konsumen terpenuhi, maka tentunya akan memicu kembali rasa ingin berkunjung dan dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang baru. Menurut Kotler dan Armstrong (2001), kepuasan pelanggan tergantung pada pekerjaan kinerja produk dalam memberikan nilai relatif terhadap harapan pembeli. Jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli tidak terpuaskan. Jika kinerja sesuai harapan, pembeli terpuaskan. Jika kinerja melebihi harapan maka pembeli lebih senang. Boone dan Kurtz mengartikan kepuasan pelanggan sebagai hasil dari barang atau jasa yang memenuhi atau melebihi kebutuhan dan harapan kembali (Riyanti, 2020).

Dalam industri halal salah satunya Guest House, kualitas pelayanan merupakan salah satu bagaimana sebuah Guest House dapat menarik pelanggan dan mempertahankan para pelanggan tersebut, serta juga dapat menentukan citra sebuah penginapan di mata pengunjung. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut, untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap pelayanan yang diterimanya sesuai dengan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas pelayanan jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal, sebaliknya apabila pelayanan yang diterima lebih rendah dari apa yang diharapkan maka kualitas pelayanan jasa akan dipersepsikan buruk. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wardani (2016) menunjukkan

bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam usaha yang bergerak dibidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapatkan konsumen secara langsung. Fasilitas juga merupakan salah satu aspek yang paling penting, karena dalam mengunjungi tempat destinasi seseorang akan melihat terlebih dahulu mengenai fasilitas apa saja yang ditawarkan. Dengan fasilitas yang baik dan lengkap akan menentukan minat pengunjung untuk mengunjungi suatu tempat destinasi. Dan apabila fasilitas yang diberikan sesuai dengan ekspektasi dan kebutuhan para pengunjung, maka hal tersebut akan membentuk kepuasan dalam diri pengunjung. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Wardani (2016) menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Promosi merupakan arus informasi atau penyesuaian satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Indriyanti, 2013). Ketertarikan konsumen untuk menggunakan jasa penginapan dimulai dari diperolehnya informasi mengenai penginapan yang bersangkutan. Informasi tersebut dapat diperoleh dari berbagai media promosi seperti iklan koran, iklan TV, spanduk, leaflet dan pamflet dan yang terbaru adalah menggunakan media online baik traveloka maupun pagoda. Semakin sering promosi dilakukan maka hal tersebut dapat mempengaruhi minat berkunjung para wisatawan. Salah satu yang membuat pengunjung merasa puas dalam mengunjungi industri halal adalah keselarasan antara promosi yang ditawarkan dengan apa yang dirasakan dan dialami oleh pengunjung setelah mengunjungi industri halal tersebut. Hasil penelitian

yang dilakukan oleh Safitasari dan Maftukhah (2017) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Noura Guest House Malang adalah salah satu penginapan yang berdiri di kota Malang tepatnya di Jl. Soekarno Hatta. Lokasinya sangat strategis dan tarifnya cenderung lebih murah dibandingkan dengan penginapan lainnya. Munculnya Guest House telah menjadi tren baru akomodasi bisnis di beberapa daerah, termasuk Malang dan seluruh kota besar berbasis industri dan pariwisata. Keberadaan penginapan syariah menjadi solusi menanggulangi pemahaman masyarakat tentang keberadaan penginapan sering digunakan sebagai hal-hal negatif dan menyimpang dari nilai-nilai syariah.

Penelitian ini dilakukan di Kota Malang, alasan memilih Kota Malang dikarenakan kota ini terkenal sebagai magnet pariwisata yang memiliki potensi sangat besar dan juga lengkap. Potensi tersebut diantaranya wisata kuliner, wisata religi, wisata alam, wisata budaya, pendidikan, sejarah, bahkan konsep wisata tematik. Pemilihan kota Malang juga dilakukan dengan pertimbangan dan persiapan yang sangat matang seperti, mayoritas penduduknya beragama islam, angka kunjungan wisatawan yang meningkat, infrastruktur yang memadai, dan lain sebagainya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan banyaknya angka kunjungan wisatawan yang meningkat, pastinya membutuhkan tempat untuk menginap dan beristirahat.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN BERKUNJUNG DI NOURA GUEST HOUSE SYARIAH DI KOTA MALANG”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar masalah diatas, maka dalam penelitian ini dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan promosi terhadap kepuasan berkunjung di Noura Guest House Syariah di Kota Malang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan berkunjung di Noura Guest House Syariah di Kota Malang?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan berkunjung di Noura Guest House Syariah di Kota Malang?
4. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan berkunjung di Noura Guest House Syariah di Kota Malang?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka dapat dikemukakan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan promosi terhadap kepuasan berkunjung di Noura Guest House Syariah di Kota Malang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan berkunjung di Noura Guest House Syariah di Kota Malang.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan berkunjung di Noura Guest House Syariah di Kota Malang.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan berkunjung di Noura Guest House Syariah di Kota Malang.

#### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka dapat dikemukakan manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan dan pemikiran yang dapat mendukung teori yang ada mengenai masalah yang diteliti. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan pijakan pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan industri halal.

a. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung dari teknik pemasaran yang dilakukan dan dari tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung melalui kualitas pelayanan, fasilitas, dan promosi yang tersedia saat berkunjung di Noura Guest House Syariah di Kota Malang.

b. Bagi Pembaca

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan teori, serta membantu para pengunjung mengambil keputusan untuk berkunjung kembali ke Noura Guest House Syariah di Kota Malang.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Manfaat penelitian ini bagi peneliti selanjutnya yaitu dapat menjadi rujukan, sumber informasi, dan bahan referensi bahan penelitian selanjutnya agar bisa dikembangkan dalam materi-materi yang lainnya.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

a. Bagi Pengelola Guest House

Sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun program kerja serta menentukan metode yang tepat untuk mengembangkan industri halal, agar meningkatkan kepuasan berkunjung konsumen melalui kualitas pelayanan yang dilakukan, fasilitas yang ada, dan promosi yang di sebarakan.

b. Bagi Masyarakat atau Pengunjung

Dapat mengetahui informasi dan menambah wawasan serta membantu masyarakat atau pengunjung untuk mengambil keputusan berkunjung ke Guest House Syariah.

c. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi pengetahuan bagi pemerintah untuk lebih memperhatikan pentingnya kualitas pelayanan, fasilitas, dan promosi terhadap kepuasan berkunjung agar industri halal di Indonesia terus berkembang dan mampu bersaing.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Promosi Terhadap Kepuasan Berkunjung di Noura Guest House Syariah Malang. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ), dan Promosi ( $X_3$ ), secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Berkunjung di Noura Guest House Syariah Malang.
2. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Berkunjung di Noura Guest House Syariah Malang.
3. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Berkunjung di Noura Guest House Syariah Malang.
4. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Berkunjung di Noura Guest House Syariah Malang.

#### 5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Sampel dalam penelitian ini hanya terbatas pada pengunjung Noura Guest House Syariah Malang, akan lebih baik jika sampel yang diambil meliputi seluruh pengunjung guest house syariah lainnya di Kota Malang, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas.

2. Instrumen yang digunakan hanya kuesioner sehingga simpulan yang dapat diambil hanya berdasarkan data yang disimpulkan melalui kuesioner saja.
3. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen yang mempengaruhi kepuasan berkunjung yaitu: kualitas pelayanan, fasilitas dan promosi masih terdapat beberapa variabel independen lain yang mampu menjelaskan dan kemungkinan memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan berkunjung

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa saran diantaranya :

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan sampel yang diambil meliputi seluruh pengunjung guest house syariah lainnya di Kota Malang, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan instrumen yang digunakan, misalnya dengan angket, wawancara dan lain sebagainya. Sehingga simpulan yang dapat diambil berdasarkan data yang lebih banyak lagi.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan berkunjung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adha, N., Hakim, L., Nugroho, Y. B., & ... (2021). Perkembangan Halal Industri Sebagai Langkah Membumikan Sistem Ekonomi Syariah. *Perkembangan Halal Industri Sebagai Langkah Membumikan Sistem Ekonomi Syariah*.
- Al Khattab, S. A., & Aldehayyat, J. S. (2011). Perceptions of Service Quality in Jordanian Hotels. *International Journal of Business and Management*, 6(7), 226–233.
- Alauddin, M. (2019). Investigating the Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Hotel Industry: Bangladesh Perspective I Islamic Capital Market View project CERTIFICATESS View project. *Global Journal of Management and Business Research*, 19(1), 1–7. <https://www.researchgate.net/publication/336133744>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. [http://perpustakaan.bppsdmk.kemkes.go.id//index.php?p=show\\_detail&id=3452](http://perpustakaan.bppsdmk.kemkes.go.id//index.php?p=show_detail&id=3452)
- Arief, A. R. (2005). “*Pengantar Ilmu Perhotelan dan Restoran*”. Yogyakarta: Graha Ilmu. (31Oktober 2022).
- Butarbutar, M., Putra, A. H. P. K., Nainggolan, N. T., Sudarso, A., Lie, D., Fuadi, F., dan Yendrianof, D. (2020). “Manajemen Pemasaran: Teori dan Pengembangan”. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Emmywati, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Yang Terdiri Dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galeri Seni Dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur. *Jurnal Manajemen*, 1(3), 8. <https://doi.org/10.30736/jpim.v1i3.34>
- Emzir. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Erianto, E. (2020). “Pengaruh Kualitas Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Berkunjung kembali di Kabupaten Humbang Hasundutan (Studi Di Beberapa Hotel Berbintang Di Kecamatan Bakti Raja)”. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 8(1), 77-90.
- Fathoni, M. A. (2020). *Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan*. 6(3), 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Ghozali, Imam (2016). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21”. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam (2017). “*Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan EvIEWS 10*”. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”. Edisi 4. BP-UNDIP Semarang.

- Gujarati, D. N. (2004). *“Basic Ekonometrics (Ekonomrika Dasar)”*. Alih Bahasa Sumarno Zain. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Indriyanti. (2013). *“Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Buku Di Togamas Jl. Dr. Moewardi No. 21 Solo”*. PT. Gramedia pustaka utama.
- Irawan, H. (2002). *“10 Prinsip Kepuasan Pelanggan”*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Irawan, H. (2008). *“Indonesia Customer Satisfacation”*. Jakarta: PT. Alex Media Computindo.
- Janitra, M. R. (2021). *“Hotel Syariah: Teori dan Praktek-Rajawali Pers”*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Khasanah Y.M, Ashlihah dan Mustamim (2020). *“Etika Bisnis Penginapan dalam Perspektif Ekonomi Syariah”*.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2016). *“Marketing Management”. 15 th Global Edition: Pearson Education Limited, Edinburgh Gate.*
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2006). *“Manajemen Pemasaran: Kualitas Jasa”*. Edisi Kedua, Terjemahan Ancella Anitawati, Penerbit PT. Prenhalindo Jakarta.
- Lovelock, C, dan John Wirtz, (2011). *“Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7”*. Jakarta:Erlangga.
- Malhotra, N. K. (2009). *“Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan”*. Jilid 1 -4/E. PT. Indeks Jakarta.
- Moleong dan Lexy. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif (36th ed.)*. Remaja Rosdakarya Offset.
- Qomariyah, N (2020). *“Pentingnya Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung”*. Jember : CV. Pustaka Abadi.
- Permatasari, D. A. (2022). *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisatawan Rumah Atsiri”*. In Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi (Vol. 4).
- Preziosi, M., Acampora, A., Lucchetti, M. C., dan Merli, R. (2022). *“Delighting Hotel Guests with Sustainability: Revamping Importance-Performance Analysis in the Light of the Three-Factor Theory of Customer Satisfaction”*. Sustainability, 14(6), 3575.
- Rahmi, A. (2021). *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Kembali (Studi Kasus: Hotel Di Kota Palopo)”*. *Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Palopo.
- Ramadhan, S.M, (2007). *“Agar Bekerja Menuai Berkah, Bekerja di Bawah Naungan Sunnah Rasul”*. Insan Cendekia Media Utama, Jakarta.
- Rangkuti, F. (2006). *“Measuring Customer Satisfaction:Gaining Customer Relationship*

*Strategy: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*". Jakarta : PT. Gramedia Pustaa Utama.

Riyanti, N. K. I., Teja, I. G. A. N. E., dan Rihayana, I. G. (2020). "Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap niat berkunjung kembali di Villa Rendezvous Bali". *Widya Amerta*, 7(1), 84-99.

Rodiyah, I., Putri, M. R., dan Irianto, J. (2017). "*Community Empowerment through CSR in Public-Private Partnership Perspective in Pasuruan*". *Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR)*, volume 125, 286-289.

Safitasari, C dan Maftukhah, I. (2017). "Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Citra Destinasi terhadap Kepuasan melalui Keputusan Pengunjung". *Management Analysis Journal*, 6(3), 310-319.

Sellang K, S.Sos., M.AP., DR. H. Jamaluddin, S.Sos, M.Si., Ahmad Mustanir, S.I.P., M. S. (2022). *Strategi dalam peningkatan kualitas pelayanan publik dimensi konsep indikator dan implementasinya*. Qiara Media.

Setiadi N. J (2019). "Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, tujuan, dan Keinginan Konsumen". Jakarta : Prenada Media Group.

Siahaan, S. D. N., Putriku, A. E., dan Saragih, L. S. (2022). "Pengenalan Bisnis Teori dan Praktik". Merdeka Kreasi Group.

Sihombing, Y. A. (2022). "Loyalitas Pasien: Tinjauan Aspek Pelayanan, Kepuasan, *Trust*, Komitmen, *Brand Equity*, dan *Hospital Image*". Penerbit NEM.

Sintyawati, N. P. A., Wijaya, P. Y., dan Wulandari, N. L. A. A. (2022). "Pengaruh Strategi Promosi dan Fasilitas Pariwisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan". *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(3), 760-766.

Sugiyono. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi SPSS*. Edisi I. Yogyakarta: Andi Yogyakarta

Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*". Bandung.

Sugiyono. (2017). "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*". CV Alfabet.

Susilo, H., Haryono, A. T., dan Mukeri, M. (2018). "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandung". *Journal of Management*, 4(4).

Tjiptono, F. dan A, Diana, (2001). "*Total Quality Management*". Yogyakarta, CV Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. (2006). "Manajemen Jasa Edisi Pertama". Yogyakarta : Andi.



Wardani, A. K. (2016). "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Syariah Solo". *Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wijaya, T. (2011). "Manajemen Kualitas Jasa". Jakarta:Indeks.

<https://republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/17/01/02/oj5d65382-hotel-syariah-tumbuh-10-persen>

