



**PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH HOTEL UNTUK MENGINAP DI
KOTA MALANG**

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Magister Manajemen

Oleh :

KHOIRUL ANAM

NPM : 22102081037



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2024

ABSTRAK

Malang merupakan salah satu kota favorit dan terkenal di Jawa Timur. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apa saja yang menjadi preferensi pada konsumen dalam memilih hotel untuk menginap di kota Malang. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini lokasi, harga, fasilitas kamar, fasilitas umum, kualitas pelayanan, rating, kebersihan dan variasi makanan hotel. Tempat dan waktu penelitian ini yaitu hotel Mercure, Harris, Atria, Ijen Suites dan Santika Premiere yang ada di kota Malang. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang sedang menginap di hotel Kota Malang. Dengan teknik pengambilan sampel melalui 80 data responden dari 100 sampel kemudian diolah melalui teknik analisis *conjoin* dan dianalisis secara deskriptif. Dari Hasil penelitian lokasi menjadi pertimbangan konsumen untuk menyukai hotel hal ini di tujukan dengan nilai rata-rata kepentingan utility 28.107 responden merasa bahwa lokasi hotel yang strategis menjadi alasan untuk menginap di kota Malang.

Kata kunci: *Preferensi, Konjoin dan Hotel*

ABSTRACT

Malang is one of the favorite and famous cities in East Java. The purpose of this research is to find out what consumers' preferences are in choosing a hotel to stay in Malang City. The attributes used in this research are location, price, room facilities, public facilities, service quality, ranking, cleanliness and variety of hotel food. The place and time of this research were the Mercure, Harris, Atria, Ijen Suites and Santika Premiere hotels in the city of Malang. The population in this study were consumers who were staying at hotels in Malang City. Using a sampling technique, 80 respondents' data from 100 samples was then processed using conjoint analysis techniques and analyzed descriptively. From the research results, location is a consideration for consumers to like hotels. This is aimed at an average value of utility importance of 28,107 respondents who feel that the hotel's strategic location is a reason to stay in Malang City.

Keywords: *Preference, Conjoint and Hotel*



University of Islam Malang
REPOSITORY



© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata di Indonesia terus mengalami perkembangan pesat, termasuk di Kota Malang. Kota ini menawarkan berbagai daya tarik wisata, mulai dari keindahan alam, wisata sejarah, hingga wisata kuliner yang menggurikan. Seiring dengan pertumbuhan pariwisata, permintaan akan akomodasi yang berkualitas juga semakin meningkat. Dengan kemajuan zaman, kemajuan teknologi informasi juga semakin hari semakin berkembang dengan pesat. Perkembangan teknologi informasi ini, berdampak besar pada berbagai bidang kehidupan masyarakat baik dari segi sosial, ekonomi, pendidikan, pembangunan, maupun pariwisata. Saat ini, Kota Malang merupakan salah satu kota yang telah dilengkapi dengan berbagai fasilitas rekreasi dan wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi.

Memahami preferensi konsumen dalam memilih hotel di Kota Malang memiliki peran penting dalam strategi pengembangan hotel dan pariwisata di wilayah tersebut. Dengan memahami preferensi ini, hotel-hotel dapat mengoptimalkan layanan mereka untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi wisatawan. Hingga saat ini, masih terbatasnya penelitian yang secara khusus mengeksplorasi preferensi masyarakat terhadap hotel di Kota Malang. Beberapa penelitian serupa telah dilakukan di kota-kota lain,

namun karakteristik setiap kota memiliki perbedaan tersendiri dalam hal wisata, budaya, dan kebutuhan masyarakatnya. Oleh karena itu, penelitian yang lebih mendalam mengenai preferensi konsumen dalam memilih hotel di Kota Malang perlu dilakukan.

Preferensi konsumen dalam memilih hotel dapat memberikan informasi yang berharga bagi para pemangku kepentingan di industri pariwisata, termasuk pemerintah daerah, hotel dan pengelola akomodasi, serta pihak-pihak yang terlibat dalam pengembangan destinasi pariwisata di Kota Malang. Informasi ini dapat digunakan untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan kualitas layanan, serta memperbaiki fasilitas dan fasilitas yang disediakan oleh hotel di kota tersebut.

Penelitian ini akan menganalisis preferensi konsumen dalam memilih hotel. Survei tersebut akan mencakup faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan hotel, seperti lokasi, harga, fasilitas, kualitas pelayanan, dan faktor lain yang dianggap penting oleh konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan aspek utama yang perusahaan perlu perhatikan dalam penyediaan jasa. Melengkapi segala keperluan dan harapan pelanggan dengan disertai ketentuan pada pelayanan menjadi titik fokus dalam kualitas pelayanan agar sesuai dengan harapan Katemung et al., (2018). Pelayanan yang bermutu selalu berbanding lurus dengan kehendak konsumen sebaliknya pelayanan yang kurang berkualitas adalah

harapan konsumen yang tidak sesuai dengan pelayanan yang dirasakan Andari & Mulyantomo (2020).

Sementara itu, dari segi konsumen fasilitas juga merupakan hal yang penting. Anwar (2020) menyatakan “jika suatu industri pelayanan memiliki saran yang mencukupi sehingga bisa memberikan kemudahan pelanggan dalam memakai pelayanannya serta dapat memberikan kenyamanan, hal itu dapat mempengaruhi pelanggan agar berkeinginan untuk bertransaksi. Sedangkan Suci et al., (2018) perusahaan yang menyediakan desain fasilitas secara menarik dapat memberikan suasana menyenangkan bagi konsumen sehingga mempengaruhi keputusan pembelian jasa tersebut.

Lokasi hotel juga merupakan pertimbangan penting bagi konsumen. Hotel yang terletak dekat dengan objek wisata populer, pusat perbelanjaan, atau area bisnis dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan atau pelaku bisnis yang mengunjungi Kota Malang. Kemudahan akses transportasi juga menjadi pertimbangan penting, sehingga masyarakat dapat dengan mudah mencapai hotel tersebut. Lokasi merupakan tempat yang dikhususkan dan menarik dimanfaatkan untuk kegiatan ekonomi Yulistia, (2020). Konsumen semakin cermat dalam memilih lokasi penyedia jasa dengan memperhatikan hal-hal terkait keadaan, akses, dan kondisi lingkungan masyarakat sekitar. Lokasi yang aman dan mudah dijangkau dapat menentukan jadi atau tidaknya konsumen untuk berkunjung (Stefanie, 2018).

Harga juga menjadi faktor krusial dalam preferensi konsumen. Meskipun hotel pada umumnya memiliki harga yang bersaing, tetapi harga yang terjangkau dengan fasilitas dan layanan yang diberikan dapat menarik perhatian konsumen. Selanjutnya, pelayanan yang ramah, profesional, dan responsif juga menjadi hal yang diharapkan oleh masyarakat. Pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman menginap yang menyenangkan dan membuat tamu merasa dihargai. Terakhir, reputasi hotel di Kota Malang menjadi faktor penting dalam mempengaruhi preferensi masyarakat. Ulasan dan testimoni dari tamu-tamu sebelumnya dapat menjadi acuan bagi masyarakat dalam memilih hotel yang terpercaya dan memiliki standar pelayanan yang tinggi.

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang membahas mengenai preferensi dalam memilih hotel, Berdasarkan penelitian terdahulu Bowman (2000) dalam studinya mengemukakan bahwa atribut penting dalam dunia perhotelan adalah pelayanan, efisiensi, keamanan, harga, perlengkapan umum, atribut spesifik untuk orang dewasa, fasilitas ruangan, keramahan, kesopanan, kebersihan, kemudahan lokasi, akses jalan umum, sistem keamanan, penerangan pada tempat parkir, kenyamanan, nuansa, bantuan informasi, konsistensi, ruangan bebas rokok, reputasi hotel, fasilitas rekreasi, hiburan, seragam staff, kualitas makanan dan diskon.

Menurut Caber (2014) berpendapat bahwa wisatawan senior lebih memberi perhatian khusus tentang kebersihan, kemudahan lokasi, harga, akses jalan raya, sistem keamanan, penerangan lapangan parkir dan kamar mandi, tanda yang tercetak dengan jelas, keberadaan pusat informasi, buku

menu, makanan porsi kecil, pipa pegangan untuk orang tua, penyokong di kamar mandi, fasilitas dalam kamar dan kualitas fasilitas merupakan atribut penting. Menurut (2007) gap yang terbesar antara harapan dan persepsi responden lanjut usia atas layanan hotel terjadi pada 4 indikator yaitu kemampuan staf dalam menangani komplain dengan baik, peralatan dan lingkungan yang aman dan nyaman, papan penunjuk arah mudah dilihat, dan pintu yang lebar untuk akses kursi roda.

Kota Malang sendiri memiliki potensi alam untuk dikembangkan menjadi Kota pariwisata. Dengan semakin bertambah banyaknya fasilitas dan tempat wisata yang dapat dikunjungi, hotel merupakan salah satu tempat yang dibutuhkan sebagai fasilitas penginapan. Hotel di Kota Malang juga telah berkembang dengan sangat pesat. Kota Malang menyediakan begitu banyak pilihan hotel yang tersebar di berbagai lokasi dengan kelas hotel, harga sewa, fasilitas dan layanan yang beragam. Mulai dari hotel berbintang satu sampai dengan hotel berbintang lima.

Berdasarkan malang.time.co.id (2023) Perkembangan pariwisata Kota Malang tahun 2023 memiliki trend yang sangat positif. Hal ini didasarkan pada tingkat kunjungan wisatawan ke hotel yang ada di Kota Malang. Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Malang, Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel bintang di Kota Malang bulan Februari 2023 mencapai 54,37 persen. Hal ini merupakan salah satu indikator yang dapat mencerminkan tingkat produktivitas usaha jasa akomodasi. Bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya 2022 silam, TPK Februari 2023 mengalami peningkatan sebesar 10,63 poin sedangkan

bulan Februari 2023 ini 4,74 poin lebih tinggi dibandingkan TPK Jawa Timur yang mencapai 49,63 persen. Indikator lain rata-rata Lama Menginap Tamu (RLMT) pada hotel klasifikasi bintang di Kota Malang bulan Februari 2023 mencapai 1,46. Artinya rata-rata lama menginap tamu hotel bintang di Kota Malang berkisar antara satu sampai dua hari.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang preferensi konsumen dan memberikan rekomendasi bagi hotel-hotel di Kota Malang dalam meningkatkan kualitas dan daya saing mereka. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Malang, serta memberikan kontribusi positif dalam pengembangan industri pariwisata di kota Malang.

Berdasarkan uraian permasalahan dan hasil penelitian sebelumnya diatas terlihat bahwa keputusan konsumen dalam memilih Hotel untuk menginap tergantung dari segi kualitas pelayanannya, fasilitas, harga dan juga lokasi. Dengan begitu peneliti memutuskan mengkajinya dan memilih judul “Preferensi Konsumen Dalam Memilih Hotel untuk menginap di Kota Malang.”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang , rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah yang menjadi pertimbangan Konsumen Dalam Memilih Hotel Untuk Menginap di Kota Malang?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Preferensi Konsumen Dalam Memilih Hotel Untuk Menginap di Kota Malang. Dengan memahami faktor-faktor yang paling diutamakan oleh masyarakat, diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi para pemilik hotel dan pihak terkait dalam meningkatkan pengalaman menginap para wisatawan di Kota Malang.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan industri perhotelan. Para pemilik hotel dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas hotel mereka, sesuai dengan preferensi masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi pihak terkait dalam merumuskan kebijakan dan strategi pengembangan pariwisata di Kota Malang.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab ini akan dilakukan penarikan kesimpulan terhadap penelitian yang sudah dilakukan serta pemberian saran terhadap penelitian selanjutnya.

1.1. Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa atribut yang menggambarkan suatu kepentingan dalam membentuk preferensi konsumen dalam memilih hotel adalah lokasi menyesuaikan dengan keadaan responden pada penelitian ini yang dimana didominasi oleh para pengusaha. Pada penelitian ini yang menghasilkan bahwa level yang memiliki manfaat paling baik adalah pusat kota yang memiliki akses Artinya hal yang paling mendasari atau pertama kali dilihat dan mempengaruhi seorang konsumen sebelum memilih hotel di kota malang adalah bagaimana lokasi hotel tersebut dekat dengan pusat kota yang mudah untuk mengakses berbagai lokasi tujuan.

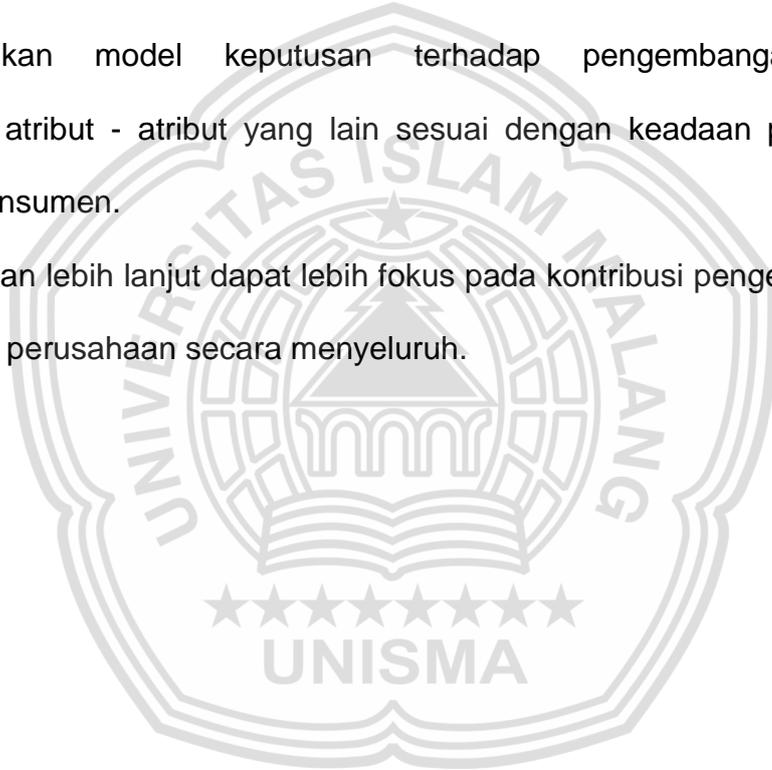
Lokasi yang strategis akan sangat menajadi keputusan konsumen dalam memilih hotel untuk menginap dikota malang yang artinya mereka akan memperhatikan lokasi, apabila dekat ke semua titik yang mereka ingin kunjungi di suatu daerah salah satu alasannya akan menghemat biaya yang dikeluarkan oleh mereka. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunitasari et al., (2021). Berbeda dengan penelitian Herjanto et al (2020) yang menyatakan bahwa terdapat tiga atribut utama yang diperhatikan dan menjadi faktor paling penting untuk menentukan preferensi seorang konsumen dalam memilih hotel atau tidak, yaitu fasilitas, ruangan dan staf. Namun, pada penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi dan kualitas pelayann yang memiliki

nilai paling penting dibandingkan atribut lainnya. Hal ini akan berpengaruh terhadap keputusan konsumen ketika ingin memilih hotel di Kota Malang untuk menginap.

1.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah didapatkan dari penelitian, maka terdapat saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya adalah :

1. Pada penelitian ini hanya menggunakan 8 atribut. Selanjutnya untuk mengembangkan model keputusan terhadap pengembangan hotel ditambahkan atribut - atribut yang lain sesuai dengan keadaan pasar dan kebutuhan konsumen.
2. Untuk penelitian lebih lanjut dapat lebih fokus pada kontribusi pengembangan terhadap nilai perusahaan secara menyeluruh.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Mujib, (2016), Analisis terhadap Konsep Syariah pada Industri Perhotelan di Indonesia, *Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum*, <https://asy-syirah.uin-suka.com/index.php/AS/issue/view/22>
- Aditya Pratomo, & Agung Gita Subakti. (2017). Analisis Konsep Hotel Syariah Pada Hotel Sofyan Jakarta Sebagai World's Best Family Friendly Hotel. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 2(3), 354–367. Retrieved from <https://journal.polteksahid.ac.id/index.php/jstp/article/view/60>
- Agus Sulastiyono, (2011), *Manajemen Penyelenggaraan Hotel: Manajemen Hotel Bandung*: Alfabeta.
- Ataul Karim Patwary, Abdul Alem Mohammed, Abdulmalek H.A Hazbar, Nor Syahirah Binti Nor Kamal, (2018), *Factors Influencing Consumers' Intentions towards Purchasing Islamic Hotel Service: Moderating Role of Religiosity*, *International Journal of Management, Accounting and Economics*, Vol. 5, No. 7
- Atmanegara, Stivani Yanti, dkk. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso". *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, Volume 9, Nomor 1, hml (79-89).
- Buchari Alma., 2016, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
- Caber, M & Albayrak, T. (2014). Does the importance of hotel attributes differ for senior tourist. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(4), 610 – 628. Retrieved from <https://dx.doi.org/10.1108/IJCHM-02-2013-0103>.
- Callan, R.J., & Bowman, L. (2006). Selecting a hotel and determining salient Quality Attributes: A preliminary study of Mature British Travelers. *International Journal of Tourism Research*, 2(2), 97-118. Retrieved from [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)15221970\(200003/04\)2:23.0.CO;2-1](https://doi.org/10.1002/(SICI)15221970(200003/04)2:23.0.CO;2-1).
- Ching, D.K., Francis (1996). *Arsitektur Bentuk, Ruang, dan Tatanan*, Jilid 2, Erlangga, Jakarta
- Darminto, Dwi Prastowo. Suryo, Aji. (2005). *Analisis laporan keuangan hotel*. ANDI, Yogyakarta

- Dwin Baharta, Suryana Heryawan Achmad, Astri Wulandari, Dandy Marcelino, (2022), Tourist Preferences in Culinary during Covid-19 Pandemic in Bandung, Jurnal Kawistara is published by the Graduate School, Universitas Gadjah Mada, Vol.12 No. 1, <https://doi.org/10.22146/kawistara.70605>
- Edy Soewarno, Anisa Hudyani, Firra Fitriana Sugiarti*, (2021), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Abadi Di Pangkalan Bun, Magenta, Vol. 9, No. 2, Maret 2021, Hal. 93-10
- Engel, James F, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard. 1994. Perilaku Konsumen. Penerjemah F. X. Budiyo. Edisi 6. Binarupa Aksara. Jakarta
- Ghozali, Imam, 2011, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Gitosudarmo, I dan I Nyoman Sudita. 2000. Perilaku Keorganisasian. Yogyakarta: BPFE
- Hair J.F., et al. 2010. Multivariate Data Analysis. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hendra Fure, 2013, Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Celaca, Jurnal EMBA, (online). 2013. Vol.1 No.3. (<https://ejournal.unsrat.ac.id> diakses 19 oktober 2019)
- Hendra Fure, 2013, Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Celaca, Jurnal EMBA, (online). 2013. Vol.1 No.3. (<https://ejournal.unsrat.ac.id> diakses 19 oktober 2019)
- Kartini, Widyarini F. (2014). Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. Vol.9, No. 1 ISSN:1907-9109.
- Kotler, Keller. 2008. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga
- Kotler, P., & Gary Armstrong, 2014. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sebran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 1996, “ Manajemen Pemasaran : Marketing Management 9e” , Jakarta, PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2000, Manajemen Pemasaran: Marketing 9e Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol, Jilid 1, Jakarta : PT. Prenhallindo.

Kotler,P.,&Armstrong,G.(2018).Principles of Marketing.USA:Pearson Education Limited.

Kotler,P.,&Keller,K.L. (2018). Manajemen Pemasaran. Jakarta:Indeks

Kotler,P.,&Keller,K.L.(2018).A Frame workfor Marketing Management.USA:Pearson Education Limited.

Lennora Putit, Mazzini Muda, Ainul Nadzirah Mahmood, 2016, Linking ‘Halal’ Friendly Hotel Attributes and Customer Satisfaction:The Islamic Tourism Sector., 4(4):43, DOI:[10.24191/jeeir.v4i4.9102](https://doi.org/10.24191/jeeir.v4i4.9102),

[https://www.researchgate.net/journal/Journal-of-Emerging-Economies-and-Islamic-Research-2289-](https://www.researchgate.net/journal/Journal-of-Emerging-Economies-and-Islamic-Research-2289-2559?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19)

[2559?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19](https://www.researchgate.net/journal/Journal-of-Emerging-Economies-and-Islamic-Research-2289-2559?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19)

Lulu Lucyani, Analisis Faktor Preferensi Milenial Bekerja Terhadap Pemilihan Hotel, *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, Volume 6 Nomor 1, Juli-Desember 2022 e-ISSN : 2597-5234

Makawowor, Dewantara (2023), Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menginap pada Generasi Milenial di Mercure Jakarta Sabang, *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, Volume 6, Issue 2, 2023

Malang Times, 2023, <https://malang.times.co.id/news/berita/tdtzb43gep/Tingkat-Kunjungan-Hotel-di-Kota-Malang-Punya-Trend-Positif>

Mimi SA, 2015, Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Ranch Market, *Jurnal Ekonomi* (online) 2015. Voll.22 No.1 (<https://ecojoin.org/index>. diakses 19 oktober 2019)

Muhammad &Sungplee.(2018) .Factorsof Customer’s Preference of Visiting Coffee Shopin South Korea

Munandar, 2017, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Kopi Espresso, *JURNAL VISIONER & STRATEGIS*, Volume 6, Nomor 1, P.1-9

Naufal Rahardi, Ranti Wiliasih, (2016), ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP HOTEL SYARIAH, *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, <https://ojs.unida.ac.id/JSEI/issue/view/45>

- Nor Zafirah Ahmad Taufek, Norhayati Wahib, 2016, Linking ‘Halal’ Friendly Hotel Attributes and Customer Satisfaction: The Islamic Tourism Sector, <https://www.researchgate.net/journal/Journal-of-Emerging-Economies-and-Islamic-Research-2289-2559?tp=evJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uRGV0YWlsIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uRGV0YWlsIn19>
- Noviana, Brigita I. (2013). Pengaruh Services Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Amaris Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*. Fakultas Bisnis. Vol 1. No 2.
- Parasuraman, Zeithaml, V. A., Berry, L. L. 1996. The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
- Putri, Abrian, (2018) Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kamar Di Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi, *Jurnal Pendidikan Dan Keluarga*, Volume 10 No. 1, E-Issn: 2549-9823 P-Issn: 2085-4285
- Ramon Hurdawaty, Reni Sulistiyowati, (2018), Preferensi Wisatawan Terhadap Pemilihan Hotel (Studi Kasus Hotel Budget Di Jakarta), *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 3(3), 321–343. Retrieved from <https://journal.polteksahid.ac.id/index.php/jstp/article/view/82>
- Rosdiana Yusi. 2014. Materi dan Pembelajaran Bahasa Indonesia di SD. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Sihite, Richard. 2000. *Hotel Management (Pengelolaan Hotel)*. Surabaya: Penerbit SIC
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV. <https://massugiyantojambi.wordpress.com/2011/04/15/teori-motivasi/>
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Sujarweni, V.W.(2019). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS.

- Suptandar, Pamudji. (1995). *Manusia dan Ruang dalam Proyeksi Desain Interior*. Jakarta: UPT Penerbitan Universitas Tarumanegara.
- Sutanto, 2005, *Hotel Proprietors Act dalam Manajemen Penyelenggara Hotel*. Jakarta: Salemba, 5 .
- Suwithi, N.W. (2013). *Industri Perhotelan*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
- Szoloki , G., Hermmann, R., & Hoffmann, D. (2010). Origin, grape variety or packaging? analyzing the buying decision for wine with a conjoint experiment. *American Associaton of Wine Economists (AAWE Working Paper No.72)*.
- Tampubolon, M., Sukmaningrum, P., & Wijaya, S. (2007). Analisa kepuasan senior market terhadap kualitas layanan di hotel bintang 4 dan bintang 5 di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 9(2), 135-143. Retrieved from <https://doi.org/10.9744/jmk.9.2.pp.20135-143>.
- Widyaningrum, Afrita W. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Pada Laboratorium Trans Indo Medical Nganjuk, *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. February. Vol. 4, No. 2.
- Widyarini Fitri Kartini, (2014), Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. IX, No. 1, Desember 2014, hal. 83 - 94
- Widyarini Widyarini, Fitri Kartini, 20214 Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Hotel Syariah, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.9 No.1
- Wikipedia, d.wikipedia.org/wiki/Daftar_hotel_di_Kota_Malang



University of Islam Malang
REPOSITORY



© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id